

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES GÉNÉRALES
Sessions 2023 – QUESTIONNAIRE ÉCRIT

Date :	06.06.23	Durée :	08:15 - 12:15	Numéro candidat :	
Discipline :	Projet marketing	Section(s) :	GMM		

PROJM – Projet Mémoire

La société Smartech S.A. commercialise de nombreux produits et services électroniques. Cette entreprise de taille internationale, distribue ses produits et services dans presque tous les pays du monde. Les produits de la société sont réputés être souvent à la pointe de la technologie du segment de marché respectif et leur fabrication est effectuée par des sous-traitants spécialisés dans la production d'articles électroniques localisés en Chine.

Le portefeuille de produits de la société est réparti sur les DAS suivants :

DAS	Description
A	<u>Smartphone de milieu de gamme</u> , dont les ventes stagnent depuis le lancement 2 années plus tôt.
B	<u>Montre connectée haut de gamme</u> , lancée l'année dernière avec grand succès, mais ses ventes ralentissent un peu au cours des derniers mois.
C	<u>Smartphone haut de gamme</u> , grande capacité de stockage et fonctionnalités de haute technologie.
D	<u>Ordinateur portable basique</u> , peu coûteux, destiné aux étudiants ou personnes avec un budget limité.
E	<u>Lecteur de musique portable MP3</u> , se trouve sur un marché en diminution, car remplacé par les smartphones.
F	<u>Service de streaming musique et vidéo</u> .
G	<u>Imprimante jet d'encre grand public</u> . En phase d'être remplacé par de nouvelles technologies.

Analyse SWOT :

- Strength :
 - L'image de marque des produits de la société Smartech S.A. bénéficient d'une acceptation élevée de la part des clients et d'une image de marque très positive.
 - La société dispose d'un nombre élevé de clients et qui, en plus, sont très fidèles à la marque.
 - Les produits sont appréciés par les clients à cause de leur technologie supérieure par rapport aux produits concurrents parce que le département Recherche & Développement de la société Smartech bénéficie d'un investissement plus élevé que ceux de la concurrence.
 - Le portefeuille de produits est très varié avec des DAS dans des catégories de produits différentes.
 - Jusqu'à présent, la société Smartech a pu se permettre d'investir un montant moins élevé en marketing par rapport à la concurrence dû à son image de marque plus positive.

- Weaknesses :

- Dû à l'image de marque forte des produits Smartech, la société dispose d'une équipe de vendeurs plus petite que les concurrents car elle est d'avis que la stratégie PULL suffira à faire vendre les produits pratiquement tout seul.
- Le portefeuille de produits Smartech présente uniquement un DAS de la catégorie « Service », tous les autres sont des DAS de catégorie « hardware » (appareils).
- Le site de vente en ligne de la société Smartech est médiocre en navigation et ne dispose pas de techniques de merchandising avancées. La disponibilité de ses produits sur les plateformes de vente en ligne est très limitée.
- La société Smartech investit un budget moins élevé dans le développement des technologies liées aux domaines de l'intelligence artificielle (AI) par rapport à la concurrence.
- La société Smartech va disposer d'un montant moins élevé que la concurrence dans ses investissements marketing & communication durant les 5 années à venir.

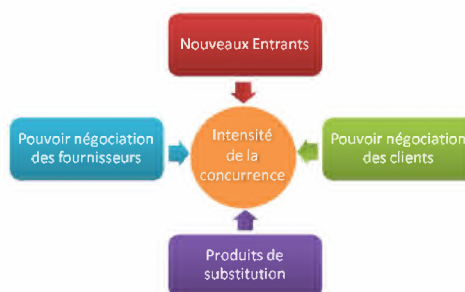
- Opportunities :

- De nouveaux développements dans le domaine des lunettes connectées peuvent créer un grand potentiel de marché dans le futur dans lequel plusieurs concurrents pourront écouler (vendre) leur version de lunette connectée.
- Le développement du Metaverse favorisera également la montée en puissance de lunettes connectées, mais également d'autres produits et services de haute technologie.
- Les développements de produits et technologies, voire adaptations de produits existants, qui seront utiles dans le développement des voitures autonomes au futur.
- Le développement futur de l'utilisation de montres connectées pour mesurer des données médicales des personnes qui portent une telle montre.

- Threats :

- Le développement rapide dans le domaine de l'intelligence artificielle (AI) va bouleverser la situation de force des sociétés de haute technologie. La société Smartech risque d'être devancée par la concurrence.
- La situation géopolitique mondiale peut à tout moment changer avec l'apparition de crises locales ou conflits militaires (ex. Ukraine) et, ainsi, poser un risque à une société qui vend ses produits dans globalement tous les marchés du monde.
- La concurrence a augmenté ses budgets marketing au cours des deux dernières années.
- Depuis la pandémie du Covid19, les consommateurs montrent une tendance fortement croissante à faire des achats de toutes sortes de produits en ligne.

Matrices des forces concurrentielles selon Porter :



Clients :

- Clients professionnels : acheteurs des sociétés de distribution (opérateurs de téléphonie, magasins spécialisés en électronique, etc.) ont un pouvoir de pression non-négligeable sur les prix de vente des produits, mais cette pression est moins forte vis-à-vis de la société Smartech que pour les autres producteurs de produits électroniques.

- Clients particuliers : achètent les produits de la société uniquement via la grande distribution ou le site e-commerce de Smartech et n'exercent aucune influence sur le prix de vente final.

Fournisseurs :

- Nombre très réduit de fournisseurs-usines de fabrication possibles. La société Smartech détient pourtant une légère position de force concernant la négociation de prix à cause des très grandes quantités de produits qu'elle laisse produire annuellement.

Nouveaux entrants :

- Smartech a réussi à protéger presque tous ses produits et technologies par des brevets, sauf le smartphone et la montre connectée haut de gamme.
- Une société qui aimerait se lancer dans le domaine de la production de produits à haute technologie doit investir énormément dans la recherche et développement. Seules les très grandes sociétés multinationales peuvent libérer un tel budget. Le risque de nouveaux entrants à l'échelle mondiale est donc limité.

Produits de substitution :

- Actuellement, il existe un nombre limité de produits de substitution, mais les développements technologiques futurs pourraient faire naître de nouveaux produits de substitution pour certaines gammes de produits (AI, Metaverse, imprimantes 3D, ...).

Informations économiques et marketing sur les activités par DAS :

DAS	Taux de croissance annuel du marché (%)	Chida (en millions d'€)	Chida concurrent principal (en millions d'€)	Chida du marché total (en millions d'€)	Marge nette (%)	Part du budget marketing investi (%)	Notoriété spontanée du DAS (%)	Notoriété spontanée Concurrent principal (%)
A Smartphone milieu de gamme	0%	250	580	2.150	2%	11%	22%	30%
B Montre connectée	12%	420	130	970	48%	25%	55%	20%
C Smartphone haut de gamme	5%	950	420	1.700	35%	35%	78%	45%
D Ordinateur portable	-3%	150	880	1.900	6%	8%	20%	30%
E Lecteur MP3	-4%	50	40	200	-5%	1%	5%	10%
F Service de streaming	18%	380	500	1.300	25%	15%	22%	50%
G Imprimante	4%	100	120	650	-2%	5%	35%	45%
TOTAL		2.300	2.670	8.870		100%		

PARTIE 1 : Analyse et résumé des données de l'entreprise contenues dans l'énoncé d'examen. (16 points)**1. Matrice BCG**

- a. Expliquez le fonctionnement d'une matrice BCG ! 2p
- b. Pourquoi est-ce que les entreprises analysent leurs DAS à l'aide d'une matrice BCG ? 1p
- c. Citez 4 éléments/informations qui peuvent être mesurés/analysés à l'aide d'une matrice BCG ! 2p

2. Analysez le tableau des informations économiques et marketing et formulez 2 observations que vous pouvez identifier par rapport aux données chiffrées des 7 DAS ! 7p**3. Calculez les ratios nécessaires à l'élaboration d'une matrice BCG et complétez le tableau ci-dessous avec les informations des 7 DAS !** 4pTableau des ratios à calculer :

DAS	Poids dans le CA (%)	Part de marché DAS (%)	Part de marché concurrent principal (%)	Part de marché relative
A Smartphone milieu de gamme				
B Montre connectée				
C Smartphone haut de gamme				
D Ordinateur portable				
E Lecteur MP3				
F Service de streaming				
G Imprimante				

PARTIE 2 : Commentaires et application aux données de la société de l'énoncé.

(25 points)

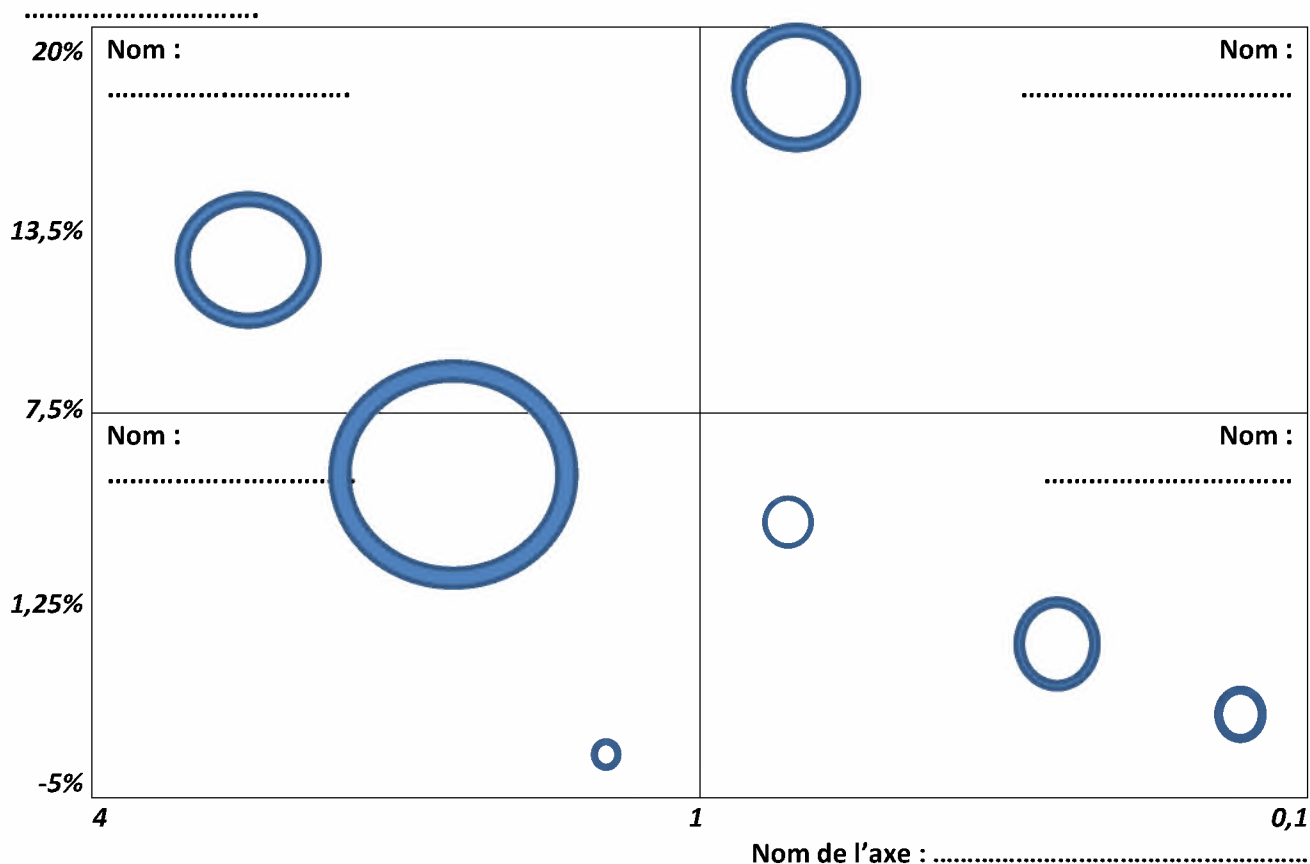
4. Informations à placer dans la matrice BCG.

- a. Placez les 7 DAS dans la BCG ci-dessous en indiquant la lettre du DAS dans le cercle correspondant !
(0,5p par DAS placé de façon erronée) **3,5p**

- b. Complétez les texte manquants des noms des cases et des axes de la matrice !

(0,5p par texte manquant) **3p**

Nom de l'axe :

**5. Analyse de la matrice BCG.**

- a. Citez pour chacune des 4 phases de la matrice BCG deux caractéristiques vues au cours ! **4p**
- b. Commentez la situation de chacun des 7 DAS sur base de sa position dans la matrice en indiquant l'aspect le plus important que vous pouvez identifier pour chaque DAS ! **3,5p**

6. Commentez la situation des 5 forces de Porter concernant la société Smartech !

- a. Expliquez le principe et l'utilité d'une matrice des 5 forces de Porter ! **4p**
- b. Commentez la matrice Porter concernant la société Smartech en identifiant les problèmes majeurs auxquels la société doit faire face concernant sa situation concurrentielle ! **2p**
- c. Est-ce que, selon votre avis, la société se trouve dans un marché à intensité de la concurrence élevée ou non ? Argumentez votre avis. **2p**

7. Analyse SWOT.

- a. Formulez 4 remarques/commentaires (positifs ou négatifs) au sujet de l'analyse SWOT de la société Smartech ! 2p
- b. Précisez si la société est en position forte ou faible face à ses concurrents et aux tendances du marché en général ! 1p

PARTIE 3 : Recommandations d'actions à déployer par l'entreprise concernant les opérations marketing et choix stratégiques possibles (19 points)

- 8. Après analyse des données et informations des forces concurrentielles de Porter, proposez 2 actions à la société Smartech pour renforcer sa situation vis-à-vis d'éventuels produits de substitution ! 1p
- 9. Sur base des informations de l'analyse SWOT, proposez 2 actions à la société pour affronter sa situation sur le marché ! 1p
- 10. Après analyse des données chiffrées et de la position/situation des 7 DAS dans la matrice BCG, recommandez pour chaque DAS la stratégie à utiliser par Smartech sur base des caractéristiques (éléments vus au cours) liées aux différentes étapes d'une matrice BCG et argumentez votre proposition ! 7p
- 11. Après analyse des données économiques et marketing des DAS, ainsi que sur base des stratégies à utiliser en relation avec la position des DAS dans la matrice BCG, formulez un objectif de communication avec un exemple concret d'action concernant les DAS B, C, D, F de la société ! 3p
- 12. Après analyse de toutes les informations disponibles concernant les 7 DAS, vous devez faire une recommandation à la direction générale de la société Smartech concernant l'utilisation adéquate du budget marketing. Sans demander plus de budget total, vous devez indiquer pour chacun des 7 DAS si la proportion du budget marketing alloué est justifiée ou si vous recommandez une modification du budget. Basez votre recommandation sur 2 arguments par DAS pour expliquer votre proposition. 7p