

EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES – Sessions 2024

QUESTIONNAIRE

Date :	03.06.24	Horaire :	08:15 - 11:15	Durée :	180 minutes
Discipline :	COMEP	Type :	écrit	Section(s) :	GMM
					Numéro du candidat :

Partie 1: La communication interne, le Change Management, la communication de crise et le « Bad Buzz ».	23 points
--	------------------

- a) Quelles sont les missions hétérogènes de la communication interne ? Citez et expliquez ! (3pts)
- b) Lisez le texte ci-dessous et répondez à la question à la fin du texte. (6pts)

Etude de cas: Problème de qualité

Contexte : Dans une usine de fabrication de pièces automobiles, le département de production rencontre des problèmes de qualité persistants. Le directeur de production décide d'organiser une réunion avec les superviseurs et les ouvriers pour discuter de la situation et trouver des solutions.

Acte 1 : Réunion avec les superviseurs

Le directeur de production convoque une réunion avec tous les superviseurs pour discuter des problèmes de qualité et des objectifs de l'entreprise en matière de normes de production. Pendant la réunion, il présente des données sur les défauts de qualité récurrents et les retours clients, puis il énonce clairement les attentes de l'entreprise en termes de qualité des produits. Il donne des directives sur les actions à entreprendre pour améliorer la qualité et demande aux superviseurs de transmettre ces informations à leurs équipes respectives.

Acte 2 : Discussion avec les ouvriers

Après la réunion avec les superviseurs, le directeur de production décide de rencontrer directement les ouvriers sur le terrain pour discuter des problèmes de qualité. Il les écoute attentivement et encourage les ouvriers à partager leurs observations et leurs suggestions pour améliorer les processus de production. Certains ouvriers expriment des préoccupations concernant les machines défectueuses et les procédures de contrôle de qualité inadéquates, tandis que d'autres proposent des idées pour optimiser les flux de travail et réduire les erreurs.

Acte 3 : Analyse des retours

Après avoir recueilli les informations des superviseurs et des ouvriers, le directeur de production analyse les retours pour identifier les causes profondes des problèmes de qualité. Il constate que certains défauts sont liés à des lacunes dans la formation du personnel, tandis que d'autres sont dus à des défaillances dans les équipements de production. Il décide alors de mettre en place un plan d'action comprenant des formations supplémentaires pour le personnel et une maintenance préventive pour les machines. En plus des mesures correctives immédiates, le directeur décide de mettre en place une boîte à idées pour encourager une communication continue.

Expliquez pour chaque acte de quel chemin de communication il s'agit. Justifiez votre choix à l'aide des exemples du texte ! Quels sont les supports utilisés à chaque fois ? (6pts)

- c) Expliquez les inconvénients de l'oral. **(2pts)**
- d) Citez 4 étapes à suivre pour réaliser un journal d'entreprise ! **(2pts)**
- e) Le change management : Lisez le texte ci-dessous et répondez aux questions à la fin du texte !

Étude de cas : Engagement au travail

Dans une entreprise technologique en plein essor, Alex, un développeur de logiciels talentueux, se distingue par son dévouement exceptionnel envers son travail. Son manager, Sarah, est impressionnée par l'énergie et l'enthousiasme qu'il investit dans chaque projet.

- I. Alex est passionné par la programmation depuis son enfance. Pour lui, écrire du code et résoudre des problèmes complexes est plus qu'une simple tâche, c'est une véritable passion. Il trouve une grande satisfaction dans le processus de création et de développement de nouveaux produits logiciels. Ainsi, son engagement envers son travail est principalement nourri par sa passion pour la programmation et le défi intellectuel que cela représente pour lui.
- II. En plus de sa passion pour la programmation, Alex ressent un fort lien émotionnel envers l'entreprise pour laquelle il travaille. Il est fier de faire partie d'une équipe qui repousse constamment les limites de l'innovation technologique. Il s'identifie profondément à la vision et aux valeurs de l'entreprise, et il est déterminé à contribuer au succès de l'organisation. Cet attachement émotionnel renforce son engagement envers son travail et l'entreprise.
- III. En tant que professionnel consciencieux, Alex ressent également une forte responsabilité envers son travail et ses collègues. Il croit fermement en l'importance de livrer des produits de haute qualité à temps et s'efforce toujours d'atteindre les normes élevées de performance qu'il s'est fixées. De plus, il se sent investi d'une obligation envers ses collègues et l'entreprise dans son ensemble, et il est déterminé à faire sa part pour contribuer au succès collectif de l'équipe.

Conclusion : Dans cet exemple, Alex démontre un niveau d'engagement exceptionnel envers son travail, nourri par sa passion personnelle pour la programmation, son attachement émotionnel envers l'entreprise, et son sens élevé de responsabilité professionnelle envers ses collègues et l'organisation. Son engagement est le résultat d'une combinaison harmonieuse de motivations personnelles, d'attachement organisationnel et de sens du devoir, ce qui le motive à donner le meilleur de lui-même chaque jour.

-
- e1) Quel type de motivation Alex reflète-t-il ? Justifiez votre choix ! **(1pt)**
- e2) Quelles sont les trois formes classiques de l'engagement et quelle forme Alex reflète-t-il dans ce cas ? **(3pts)**

f) Lisez le scénario ci-dessous répondez à la question à la fin du texte !

Scénario de crise

Entreprise : XYZ Pharmaceuticals

Scénario : Contamination de médicaments

Description du scénario :

XYZ Pharmaceuticals est une entreprise pharmaceutique renommée qui fabrique et commercialise une gamme de médicaments largement utilisés pour traiter diverses affections. Un jour, l'entreprise reçoit des rapports inquiétants faisant état d'effets secondaires graves chez plusieurs patients prenant l'un de ses médicaments phares, utilisé pour traiter une maladie courante.

Les premiers rapports d'effets secondaires graves sont signalés par des professionnels de santé et des patients via les réseaux sociaux. Face à cette situation critique, XYZ Pharmaceuticals réunit. Après deux semaines, une équipe dédiée pour enquêter sur la cause des effets secondaires et prendre les mesures nécessaires pour assurer la sécurité des patients. Les membres de l'équipe de direction, des départements de la recherche, de la qualité, des affaires réglementaires, de la communication et du marketing travaillent ensemble pour évaluer la situation, identifier la source potentielle de contamination et prendre des décisions pour protéger la santé des patients.

Pendant ce temps, un employé de l'entreprise assume le rôle de porte-parole pour communiquer avec les médias, les autorités réglementaires et le public. Cependant, certains journalistes suggèrent que les mises à jour pourraient bénéficier d'une plus grande régularité et de détails plus précis pour répondre pleinement aux questions et préoccupations du public. XYZ Pharmaceuticals met en place un dispositif d'information comprenant des fichiers d'information standard sur l'entreprise et ses produits, une liste de contacts médias et des outils prêts à l'emploi tels que des communiqués de presse et un site internet caché pour diffuser des mises à jour en temps réel. L'entreprise ne voit pas l'intérêt de surveiller les réseaux sociaux, comme l'entreprise n'y est pas activement.

Suite à ces mesures, XYZ Pharmaceuticals travaille pour enquêter sur la cause des effets secondaires, rappeler les lots potentiellement contaminés, fournir des informations aux professionnels de santé et au public, et mettre en œuvre des mesures correctives pour éviter toute récurrence de la crise.

Quelles sont 3 fautes que l'entreprise XYZ a commise avant et pendant que la crise se déclenche ? Expliquez en détail. **(6pts)**

Partie 2: La communication financière, la communication digitale et les réseaux sociaux.	26 points
---	------------------

- A qui s'adresse la communication financière ? Citez les différents acteurs et présentez leur activités. **(6pts)**
- Citez et expliquez les 3 points importants de la communication qu'une société financière doit respecter en situation de krach boursier lié à une crise externe ! **(6pts)**
- Quels sont les principaux changements apportés par le Web 2.0 par rapport à l'Internet traditionnel, et comment ces changements ont-ils affecté la communication des organisations ? **(2pts)**
- Citez deux objectifs liés à une stratégie digitale ! **(1pt)**
- Expliquez ce que l'on entend par « convergence des supports » à l'aide d'un exemple concret ! **(1pt)**
- Il existe deux méthodes pour analyser les effets d'un site web ? Lesquels ? Expliquez ! **(4pts)**
- En vous basant sur l'exemple de « innocent » ci-dessus, argumentez s'agit-il d'un site vitrine ou plutôt d'un site de marque ? Quelle est la différence ? **(4pts)**



- Donnez un avantage et un inconvénient de la publicité online **(2pts)**

**Partie 3: La communication par l'objet-merchandising,
le sponsoring et le mécénat.**

11 points

- a) Quels sont les indicateurs utilisés par les supermarchés pour analyser la fréquentation d'un point de vente ? Expliquez-les brièvement. **(3pts)**
- b) Lisez le texte ci-dessous et répondez à la question à la fin du texte:

Starbucks redéfinit l'expérience client avec innovation et interactivité

Dans l'univers dynamique du commerce de détail, l'expérience client est la clé de voûte de toute entreprise prospère. Starbucks, la célèbre chaîne de café, a su saisir cette essence en redéfinissant continuellement la manière dont les clients interagissent avec ses produits et ses espaces.

Imaginez-vous entrant dans un Starbucks, accueilli par un environnement chaleureux et dynamique où chaque détail est conçu pour faciliter votre parcours. Loin de simplement commander votre boisson préférée, vous êtes invité à une immersion totale dans l'univers Starbucks.

Guidé par une application mobile intuitive, vous explorez non seulement le menu étendu de boissons et de collations, mais vous êtes également orienté vers les promotions en cours et les nouvelles offres saisonnières. Grâce à la géolocalisation précise, vous trouvez rapidement le Starbucks le plus proche, et une fois à l'intérieur, vous êtes guidé vers l'emplacement exact de votre commande grâce à des balises intelligentes disséminées dans le magasin. Pendant que vous attendez votre boisson, vous avez accès à des informations détaillées sur les origines des grains de café utilisés, les méthodes de torréfaction et même des recettes de café à essayer chez vous. Les étiquettes connectées près des présentoirs de café vous permettent de scanner avec votre téléphone pour en savoir plus sur chaque produit.

L'interaction avec le personnel est également simplifiée et enrichie. Des bornes digitales sont disponibles pour prendre rendez-vous avec un expert en café, qui vous guidera dans le choix du café parfaitement adapté à vos goûts. Les baristas sont équipés de tablettes numériques leur permettant d'accéder rapidement à votre historique d'achats, vous offrant ainsi des recommandations personnalisées et une expérience sur mesure.

En parlant d'interactivité, Starbucks va encore plus loin en proposant des expériences uniques de test et d'essayage. À l'aide de la réalité augmentée, vous pouvez essayer virtuellement différentes combinaisons de boissons ou de snacks, visualisant chaque détail avant de faire votre choix. De plus, des bornes de réalité virtuelle vous permettent de plonger dans l'univers de la torréfaction du café, vous offrant une expérience immersive et éducative.

Dans l'ensemble, l'approche innovante de Starbucks en matière de fluidification du parcours client crée une expérience inégalée où chaque visite devient une aventure sensorielle et interactive. En combinant technologie de pointe, personnalisation et engagement accru, Starbucks continue de se positionner comme un leader dans l'art de ravir les papilles et les sens de ses clients, redéfinissant ainsi ce que signifie véritablement se sentir chez soi dans un café.

Présentez brièvement les quatre principaux facteurs, vu au cours, qui peuvent faciliter la fluidification du parcours client dans un magasin. Associez un passage du texte « Starbucks » que vous trouvez pour chaque facteur énuméré précédemment. **(8pts)**