



**INSTITUT SUPERIEUR DES ETUDES  
TECHNOLOGIQUES DE RADES  
Département de gestion des entreprises**

**DEVOIR SURVEILLE**

<b>MATIERE :</b>	<b>MARKETING</b>	<b>DUREE :</b>	<b>1 H</b>
<b>NIVEAU :</b>	<b>G 2</b>	<b>DOCUMENTS :</b>	<b>Non autorisés</b>
<b>ENSEIGNANTS :</b>	<b>Y. ABASSI L. CHEBBI</b>		

Nombre de pages : 1

**EXERCICE N 1 : ( 4 POINTS) :**

Identifier les différentes catégories de situation d'achat puis citer un exemple de produit dans chacune de ces catégories

**EXERCICE N 2 : ( 2 POINTS) :**

Citer un exemple de produit dont l'achat est influencé par des leaders d'opinion.

**EXERCICE N 3 : ( 4 POINTS) :**

Identifier le positionnement des deux marques suivantes : DANAO, les biscuits TUC.

**EXERCICE N 4 : ( 10 POINTS) :**

La société KAMY est spécialisée dans la fabrication de soupe en sachet. Afin de définir ses objectifs commerciaux elle vous communique les données suivantes :

- le marché actuel (2006) de soupe en sachet en Tunisie est estimé à 40 % des ménages tunisiens (10 000 000) de consommateurs soit en quantité 14 000 tonnes.
- La marque KAMY représente 30 % des quantités vendues sur le marché.
- Les clients de la marque KAMY consomment en moyenne 8 KG/an.
- 60 % des clients de KAMY sont exclusifs les 40% restant achètent à la fois KAMY avec d'autres marques .les consommateurs non exclusifs consomment en moyenne 10 KG/ an dont la moitié est de la marque KAMY.
- Le CA de KAMY en 2006 est 12 000 DT et les dirigeants de cette société souhaitent atteindre en 2008 un CA de 15 000DT.
- Le prix de vente est constant au cours des trois prochaines années.

**T.A.F :**

1/ Dans le cadre d'une stratégie extensive (consommation unitaire constante) déterminer le nombre de clients à atteindre pour réaliser l'objectif de vente de l'année 2008.

2/ Dans le cadre d'une stratégie intensive (nombre de clients constant) quelle est la consommation moyenne qui permet d'atteindre l'objectif de l'année 2008.

3/ Calculer la consommation moyenne des clients exclusifs en 2006. Si tous les clients devaient être exclusifs peut-on atteindre l'objectif de 2008 ?