

Analyse de l'offre, démarche qualité et équipements

CORRIGÉ TYPE

ANALYSE DE L'OFFRE, DÉMARCHE QUALITÉ ET ÉQUIPEMENTS - CORRIGÉ DU DEVOIR

EXERCICE 1 : QUESTIONS DE COURS (6 POINTS)

1. Qu'est-ce que le TQM ? 1 point

Le Total Quality Management signifie « Management qualité totale » en français.

Le TQM englobe la stratégie managériale, l'organisation des systèmes, la performance et bien sûr les ressources humaines.

2. Qu'est-ce que la qualité perçue et comment la mesurer ? 1 point

Comme son nom l'indique, la qualité perçue est celle qui est **effectivement perçue par les consommateurs**. Elle peut être mesurée grâce à des avis ou des enquêtes de satisfaction.

Exemple : l'outil « Avis vérifiés ».

3. Qu'est-ce qu'une CCI ? 1 point

Une **Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI)** est un établissement public à caractère administratif. Chaque CCI **représente les entreprises** inscrites au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS) de sa circonscription. Elle est composée d'une assemblée de chefs d'entreprise élus par leurs pairs et de collaborateurs permanents.

La CCI gère un budget composé de ressources d'origine fiscale et de recettes commerciales des établissements à caractère industriel et commercial.

4. Quelles sont les 2 normes obligatoires ? 1 point

Les deux normes obligatoires sont :

- la norme NF (Norme française) ;
- la norme CE (Conformité européenne).

5. Qu'est-ce que l'AFAQ ? 1 point

En France, l'AFAQ (Association française pour l'assurance qualité) a un rôle d'organisme certificateur, pour l'obtention d'une norme ISO par exemple.

6. Dans un institut de beauté, pourquoi est-il important de bien isoler les cabines les unes des autres ? 1 point

Chaque cabine doit être isolée de l'autre de façon à **préserver l'intimité** et le repos de la clientèle, le soin étant fréquemment un instant de confidences et de calme. Cette isolation passe par la **structure des locaux (cloisons épaisses, portes, double vitrage)**. On isolera particulièrement la cabine UV — l'appareil étant bruyant — ainsi que les locaux techniques tels que la buanderie, la chaufferie et la surface de vente.

EXERCICE 2 : OFFRE PRODUITS (6 POINTS)

À l'aide d'une recherche internet, répondez aux questions suivantes.

1. Présentez le marché des cosmétiques solides en France en quelques lignes. 2 points

Les cosmétiques solides (shampoings, déodorants, dentifrices), longtemps réservés aux magasins bio, arrivent petit à petit dans les rayons de la grande distribution.

Du côté de l'offre, si Henkel a été le premier référencé en grande distribution (avec sa marque Nae), il doit aujourd'hui faire face à de nouveaux acteurs comme Lamazuna.

Du côté de la demande, les cosmétiques solides sont de plus en plus plébiscités par les consommateurs qui souhaitent réduire le plastique.

2. Réalisez un tableau complet présentant l'offre produits des pains de rasage solides pour femmes. 4 points

Ce tableau devra comporter :

- les marques (au moins 4 distinctes) ;
- le positionnement/concept ;
- un exemple de produit et son prix ;
- les canaux de distribution des produits.

Tableau n°1 Offre produits des pains de rasage solides pour femmes

MARQUE	POSITIONNEMENT	PRODUIT	DISTRIBUTION
Secrets de Provence	Made in France Innovant Bio	Mon pain de rasage - Femme Bio 90 g : 6,80 €	Sites internet spécialisés Magasins bio
Lamazuna	Ecologique Zéro déchet Pas de plastique	Pain de rasage solide au beurre de karité 55g : 10,60 €	Sites internet spécialisés Magasins bio Magasins vrac Site marchand de la marque
Balade en Provence	Provence Zéro déchet Bio Vegan Cruelty Free	Savon rasage femme douceur bio 40 g : 6,17 €	Sites internet spécialisés Site marchand de la marque
Wash Wash Cousin	Jeune Humoristique Zéro déchet	Mousse à raser solide (femmes) 60 g : 12,50 €	Sites internet spécialisés Site marchand de la marque Pharmacies

4 marques différentes attendues.

EXERCICE 3 : LE MARCHÉ LOCAL (8 POINTS)

Vous souhaitez ouvrir un institut de beauté à Rochefort (17300), une ville de Charente-Maritime. À l'aide d'une recherche internet, répondez aux questions suivantes.

1. Analyser la concurrence locale dans un tableau. 5 points

Une recherche sur Google Maps ainsi que sur Google nous permet de réaliser un tableau complet de la concurrence directe dans cette zone de chalandise.

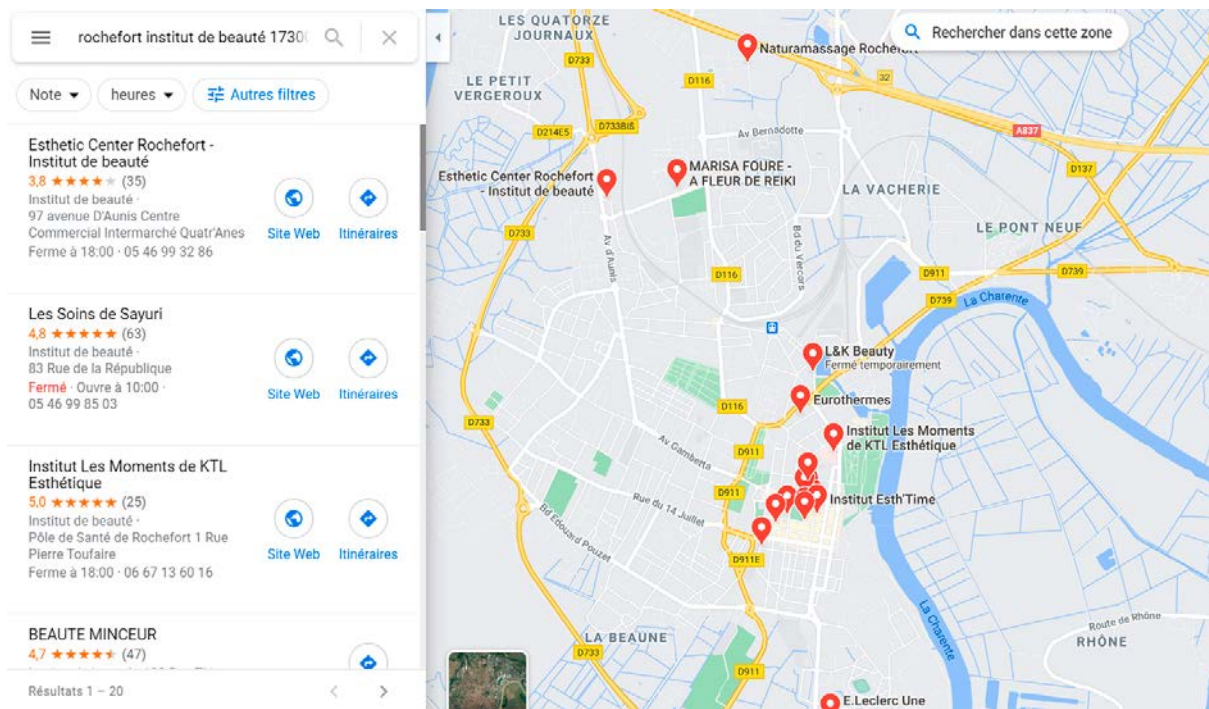


Fig. 1 Recherche de la concurrence directe sur Google Maps © Google

Tableau n°2 Tableau de la concurrence directe dans la zone de chalandise

ENTREPRISES	ADRESSE	NOTATION GOOGLE MAPS	PRESTATIONS ET TARIFS	OUTILS DE COMMUNICATION
Esthetic Center	97, av. d'Aunis Centre Commercial Intermarché	3,8/5 32 avis	Épilations Soins visage et corps Soins mains et pieds <i>Exemple de prix : 15 € pour l'épilation 1/2 jambes à la cire (5,90 € pour les membres Club)</i>	Page Facebook (208 abonnés) Page Instagram Site internet de la franchise
Les Soins de Sayuri	83, rue de la République	4,7/5 61 avis	Épilations Soins visage et corps Soins mains et pieds Spa (sauna, hammam) Microshading <i>Exemple de prix : 16 € pour l'épilation 1/2 jambes à la cire</i>	Site internet Page Facebook (258 abonnés) Site Groupon
Les Moments de KTL Esthétique	Pôle de Santé de Rochefort 1, rue Pierre Toufaire	5/5 25 avis	Épilations Soins visage et corps Massages Cils/sourcils Teintures Onglerie <i>Exemple de prix : 20 € pour l'épilation 1/2 jambes à la cire</i>	Site internet Page Facebook (256 abonnés)
Institut Esth'Time	8, rue Lesson	5/5 25 avis	Épilations Soins visage et corps Onglerie Maquillage Beauté du regard <i>Exemple de prix : 15 € pour l'épilation 1/2 jambes à la cire</i>	Page Facebook (643 abonnés) Page Instagram réservée à l'onglerie
Yves Rocher	84, rue de la République	4,2/5 142 avis	Épilations Soins visage et corps <i>Exemple de prix : 19 € pour l'épilation 1/2 jambes à la cire</i>	Site internet

5 concurrents différents attendus.

2. Déterminez les caractéristiques de la population de cette ville (tranches d'âges, CSP la plus importante, taux de chômage). 3 points

Sur le site de l'INSEE, il est possible d'accéder à un dossier complet sur la commune de Rochefort. Les principales informations récoltées sont les suivantes.

Tranches d'âges :

- 21,2 % de la population a entre 45 et 59 ans ;
- 19,2 % de la population a entre 60 et 74 ans.

CSP : la CSP la plus représentée est celle des retraités : 33,2 % de la population.

Taux de chômage : en 2017, le taux de chômage y était de 22,1 %.