

**ECOLE SUPERIEURE DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION
ET DE LA COMMUNICATION**

**EXAMEN DE RATTRAPAGE – SEPTEMBRE 2007
DIVISION II : 3^{ème} ANNEE - Relations Publiques et Publicité**

**ECOLE Epreuve : CONNAISSANCE DU MARCHE
Durée : 2 heures**

ETUDE DE CAS

L'entreprise IRSAT au Burkina Faso fabrique depuis 1994 des congélateurs. Son Chiffre d'Affaires croît sans cesse ; mais en 1997 on note une chute vertigineuse des ventes. D'autre part, les bruits d'une privatisation imminente d'IRSAT courent en son sein ; et chaque employé commence à craindre pour son emploi. Néanmoins, le Directeur Général d'IRSAT, qui est un homme de caractère extrêmement difficile, confie ce problème de vente à son service de Relations Publiques.

1. Quel doit être d'après vous la première réaction de ce service ?
2. Pourquoi selon vous le Directeur Général s-t-il fait appel à un service interne à son entreprise plutôt qu'à un cabinet conseil, spécialisé extérieur à la société IRSAT ?
Quels risques y-t-il dans la prise de sa décision ?

La connaissance du marché menée par le service des Relations Publiques n'ayant pas été concluante, le Directeur Général d'IRSAT décide de faire appel à un free-lance, conseil spécialisé extérieur à son entreprise. Vous êtes un jeune diplômé de l'ESSTIC de passage à Ouagadougou et le DG d'IRSAT vous sollicite.

3. Il vous est demandé avant de commencer le travail confié, de définir la connaissance du marché et d'en énumérer, au détail près, les différentes étapes.
4. Quels sont les principes à respecter pour consulter un cabinet d'étude ?

En 1998 l'entreprise IRSAT veut mettre sur le marché des congélateurs en version solaire (elle est la seule fabricante), redoutant un échec du lancement de ce produit nouveau et rare, vous êtes à nouveau sollicité pour mener une étude de marché.

5. a) Pourquoi étudier la demande, et quelle en sont les principales méthodes d'étude (énumérez-les et expliquez chacune d'elles avec précision).

b) Laquelle est la plus idoine ?

Pourquoi ?