

## Etude de cas ou TD DIZZY

<b>Thème</b>	Etude de cas 2 H00 DIZZY
<b>Niveau</b>	Terminale Mercatique
<b>Mots-clés</b>	Emballage, Marque, Prix, taux de marque
<b>Place de la séquence dans la progression annuelle</b>	Après la partie 3 construction de l'offre
<b>Objectifs</b>	Etudier les éléments communicants d'un produit, savoir calculer un prix, comprendre une stratégie prix
<b>Pré-requis</b>	Les éléments communicants du produit, le calcul du prix.
<b>Outils</b>	Calculatrice, emballage DZ si fait en TD
<b>Conditions de réalisation</b>	Classe entière, à la maison ou en TD
<b>Temps approximatif de réalisation</b>	2 heures.
<b>Fichiers professeurs</b>	Fichier ZIP étude de cas
<b>Fichiers</b>	Correction dizzy.odt Correction prixpsycho.xls

Vous êtes stagiaire dans un supermarché et vous devez vérifier l'opportunité d'élargir l'assortiment à un nouveau produit frais. Ce produit sera-t-il répondre aux exigences du chef de rayon ? Montrez le en répondant aux différentes questions.

### **Travail à faire : (annexe 1 et 2)**

1. Donner les qualités juridiques et commerciales du nom DIZZY. Expliquer pourquoi Yop peut être considérée comme une marque caution ?
2. Quelles sont les qualités techniques et commerciales de ce conditionnement?
3. Montrer l'adéquation (produit, emballage, logo....) du produit à sa cible.
4. Quel est le positionnement de ce produit ? Dresser en la stratégie mercatique (plan de marché).

### **Travail à Faire : (ANNEXE 3)**

5. Le prix public est de 1,39 €, le taux de marque pratiqué par la grande distribution sur ce type de produit est de 20 %, Quel est le coefficient multiplicateur ? Le prix de vente de Yoplait ?
6. Calculer à partir de l'annexe 3 le prix psychologique. Quelles limites dans ce cas
7. Comment expliquez-vous la différence entre le prix psychologique et le prix pratiqué ?

