



**MASTER**  
Administration des Entreprises  
**MAE**

**Projet Marketing Stratégique  
Réalisation d'un Audit Marketing**

Travail réalisé par:

- YOUSFI Mohammed
- YOUSSEF Mazen

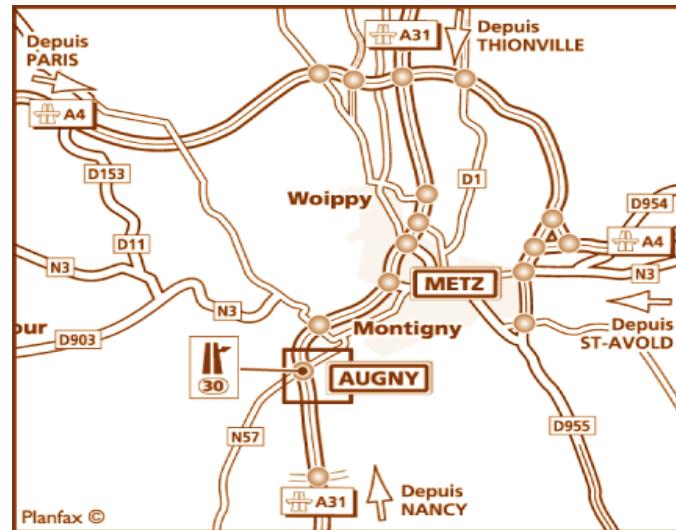
- **Présentation de l'entreprise**
- **Diagnostic marketing**
  - **Audit externe**
  - **Audit Interne**
  - **Matrice SWOT**
- **Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit**
- **Mise en œuvre du plan de marchéage**

# Présentation de l'entreprise

## 🚩 Historique

- 1979 : Le Groupe Louis-Delhaize ouvre en Belgique 1<sup>er</sup> magasin BRICOMAN.
- 1994 : Le Groupe LEROY MERLIN (ADEO) rachète l'enseigne BRICOMAN
- 1999 : 1<sup>er</sup> magasin en France, au nord de Lyon
- 2003 : lancement de BRICOMAN à Metz

## 🚩 Présentation du magasin d'Augny



- Présentation de l'entreprise
- Diagnostic marketing
  - Audit externe
  - Audit Interne
  - Matrice SWOT
- Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit
- Mise en œuvre du plan de marchéage

# Diagnostic marketing (Audit externe )

## ■ L'offre

- Nature de l'offre

**BRICOMAN**

**GO**

**SO**

**AF**

Matériaux

Menuiserie

Electricité

Outilage

Quincaillerie

Peinture

Sanitaire

Plomberie

Carrelage

Chauffage  
solaire

Pompe à  
chaleur

# Diagnostic marketing (Audit externe )

- **La demande :**

1. **Nature de la demande :**

**BRICOMAN**

Clients  
Professionnels

Clients  
Finaux

2. **Les caractéristiques de la demande :**

**53 510** pompes à chaleur installées en France en **2006** contre un **millier** en **1997**.

Chauffe-eau solaires, la surface de capteurs "vendus" en France **121.500 m<sup>2</sup>** en **2005**, + de 130% par rapport à l'année **2004**.

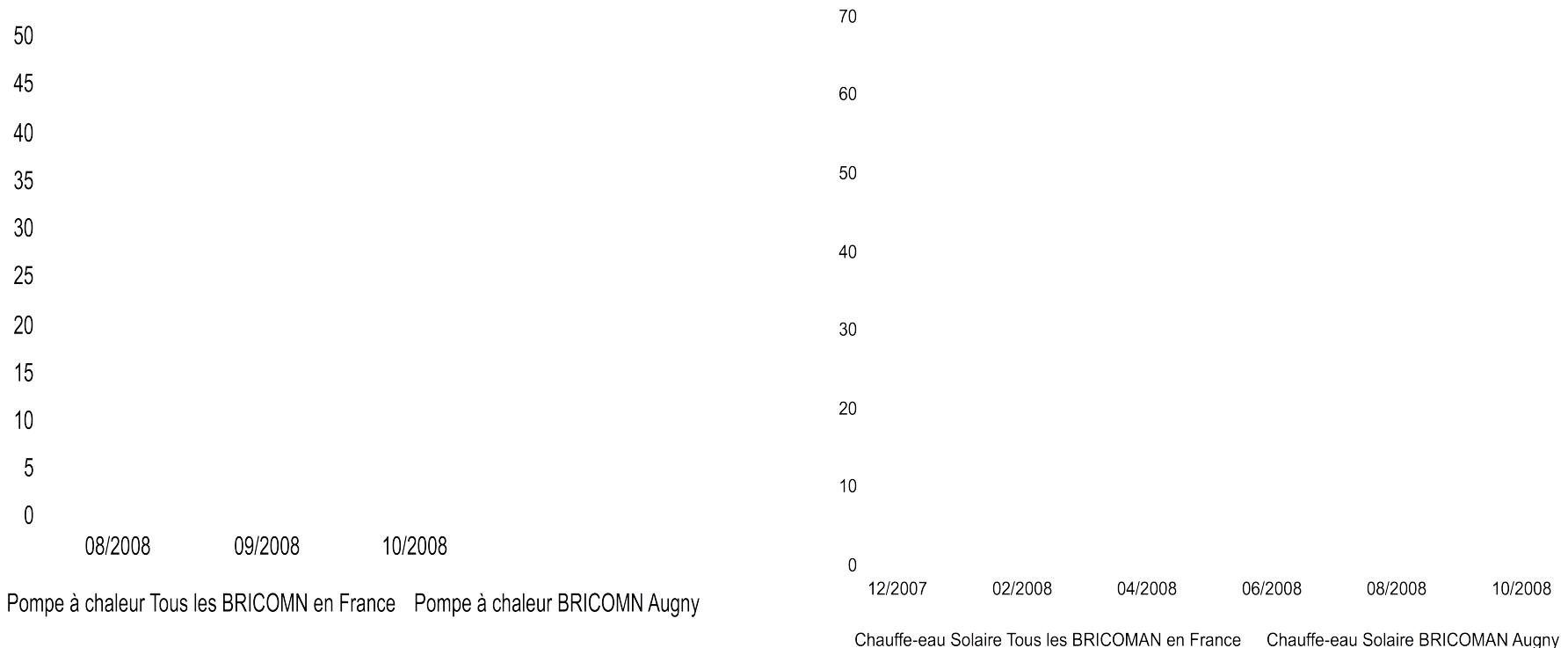
# Diagnostic marketing (Audit externe )

## 3. Analyse quantitative :

Produits étudiés	Prix
Pompe à chaleur aérothermique	2790€
Chauffe-eau solaire 200L	1990€
Chauffe-eau solaire 300L	2490€

# Diagnostic marketing (Audit externe )

## ■ Analyse quantitative :



# Diagnostic marketing (Audit externe )

## 4. Analyse qualitative :

□ Le prix de ces produits 

□ Le prix de l'énergie 

Mais consommer verts & utiliser des énergies renouvelables.

□ La chaîne BRICOMAN pour couvrir la demande des clients français et européens.

□ Le magasin d'Augny, un grand parking est disponible en face pour les clients véhiculés + le passage de la ligne 21 du transport public dans cette zone.

# Diagnostic marketing (Audit externe )

## ■ Analyse Concurrentielle :

**Leroy Merlin**

Discount

**Castorama**

Discount

**AERMAC**

**BRICOMAN**

Concourant indirect

**Brico Dépôt**

Concourant direct

**AIRMAT**

# Diagnostic marketing (Audit interne )

## b) Critères qualitatifs :

**Directeur**

(2) Assistante  
administrative

**Manager**  
Second Œuvre  
(SO)

**Manager**  
Aménagement  
Finitions (AF)

**Manager**  
Gros Œuvre  
(GO)

**Responsable**  
Caisse & Accueil

**Responsable**  
de Rayon

**Responsable**  
de Rayon

**Responsable**  
(GO extérieur)

Menuiserie

**Responsable**  
De Réception

**(7) Conseiller de**  
**Vente**

**(7) Conseiller de**  
**Vente**

**(3) Conseiller**  
**de Vente**

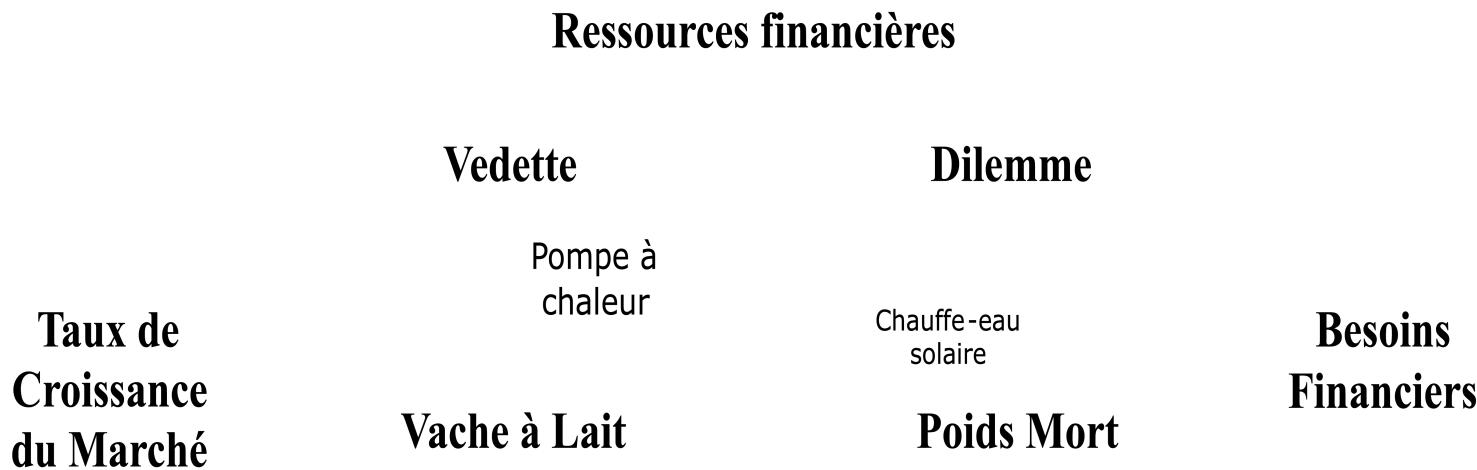
**(4) Conseiller**  
**de Vente**

**(10) Hôtesse de**  
**caisse**

**(2) Réceptionnaire**

# Diagnostic marketing (Audit interne )

## ■ Caractéristiques de la gamme de produits



**Position concurrentielle (part de marché)**

## Forces

- 😊 Magasin discount (**Prix**)
- 😊 Bonne situation géographique
- 😊 Entreprise en bon état financier
- 😊 Bon **service** et **accueil**
- 😊 Personnel bien formé
- 😊 Deux produits sont des produits écologiques
- 😊 Economie d'**énergie** et d'**argent**

## Faiblesses

- :( Pas de service après vente.
- :( Pas de stratégie marketing pour les deux produits
- :( Manque de publicité concernant les deux produits
- :( Produit chères
- :( Nécessité d'experts
- :( gamme de produits

## Opportunités

- Tendance de **consommer vert**
- Augmentation du **nombre de résidence** en lorraine
- Taux d'intérêt du **crédit favorable**
- Augmentation du **prix des énergies**  
électricité, gaz, fioul
- Demande soutenu des deux produits.
- Crédit d'impôts et taux de TVA en faveur du consommateur.

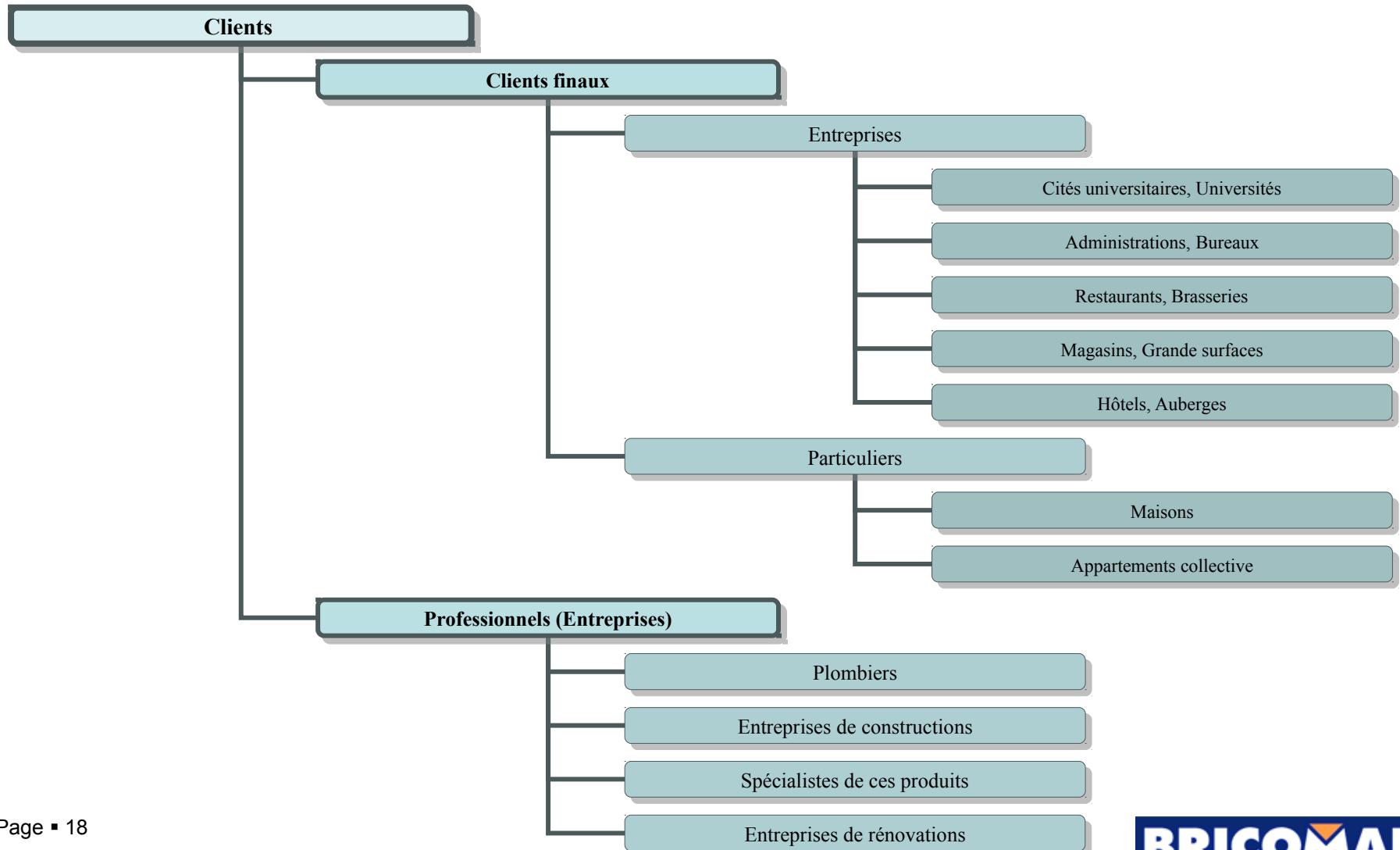
## M e n a c e s

-  Baisse du pouvoir d'achat
-  Concurrence égale avec Brico-dépôt
-  Concurrence sévère par des spécialistes des deux appareils  
AIRMAT, AERMEC ...
-  L'évolution rapide de technologique

- Présentation de l'entreprise
- Diagnostic marketing
  - Audit externe
  - Audit Interne
  - Matrice SWOT
- Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit
- Mise en œuvre du plan de marchéage

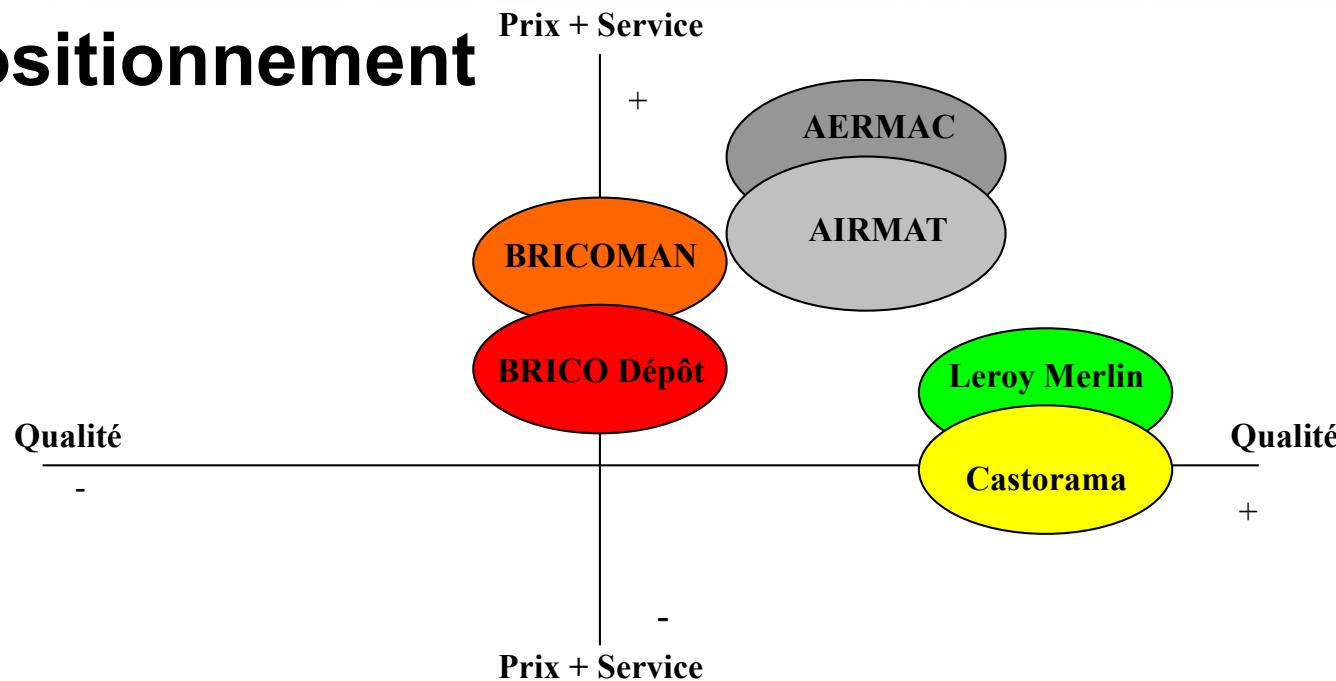
# Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit

## ❖ Segmentation



# Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit

## Positionnement



## Cible

Deux cibles

**Clients finaux (entreprises)**  
Restaurants, Magasins, Grandes surfaces....

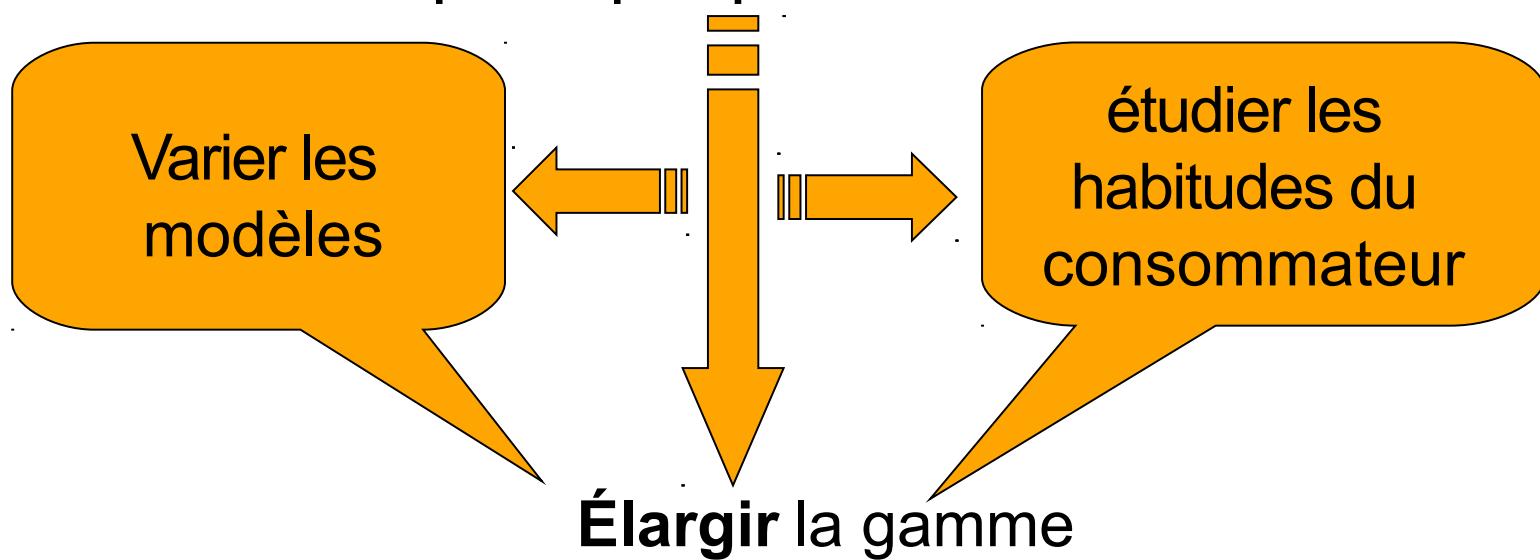
**Entreprises du bricolage**

- Présentation de l'entreprise
- Diagnostic marketing
  - Audit externe
  - Audit Interne
  - Matrice SWOT
- Segmentation et Positionnement Entreprise/Produit
- Mise en œuvre du plan de marchéage

# Mise en œuvre du plan de marchéage

## ☞ Produit

Une seule politique pour les deux cibles



# Mise en œuvre du plan de marchéage

## Prix

la politique de prix appliquée

C1 +C2

C2

mettre en place une promotion

élargissant les bénéfice des comptes clients

# Mise en œuvre du plan de marchéage

## Distribution

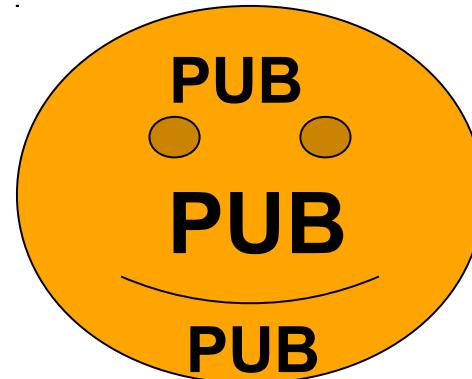
- Stratégie basé sur C1
  - entreprises
  - d'entretien des appareils
  - services d'installations
- Stratégie basé sur C1
  - BRICOMAN
  - entreprises
  - clients
- Stratégie d'intégration des entreprises d'installation et de maintenance C2.

# Mise en œuvre du plan de marchéage

Communication

Stratégie Général

C1  
→



Internet

Panneaux  
publicitaires

Journaux ,  
Revus

Publicité

# Mise en œuvre du plan de marchéage

♥ Exposer Les produits à l'entrée du magasin

♥ Faire un rayon spécialisé de produit d'énergie C1



## Stratégie pour les professionnels C2

♥ Communication Direct : Téléphone, Mails.....

♥ Inviter les **chefs d'entreprises** les plus présents sur le marché des appareils étudiés

♥ Utiliser les média précédemment cités (internet, journaux et revus),

# Merci pour votre attention



PLUS PRO, MOINS CHER