|  |
| --- |
| **Numéro du module :** |
| 1 |
| **Titre du module :** |
| Stratégies de commercialisation sociale |
| **Résultat d’apprentissage :** |
| **Élaborer des stratégies traditionnelles et novatrices de commercialisation sociale, en collaboration avec les membres de l’équipe de travail, pour la vente de produits et l’offre de services en lien avec les objectifs de la mission de l’entreprise sociale.** |
| **Éléments de performance :** |
| * énumérer des stratégies de commercialisation traditionnelles et novatrices pour la vente de produits et de services pour une entreprise sociale * nommer les types de produits et de services apportant une valeur ajoutée à la clientèle d’une entreprise sociale * établir le lien entre les stratégies de commercialisation et la mission de l’entreprise sociale * recommander le modèle de plan de marketing à mettre en place en fonction des besoins de la mission de l’entreprise sociale et des résultats de l’analyse FFOM * participer activement au comité de travail * faire preuve d’innovation et de créativité lors de l’élaboration des stratégies de commercialisation sociale * faire preuve de respect et d’ouverture d’esprit à l’égard des opinions, des commentaires et de la rétroaction provenant d’autrui * faire preuve de pensée critique lors de la prise de décision stratégique |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Activité : Stratégie de produit (bien ou service) et de prix |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Dans cette activité, tu vas concevoir des stratégies de commercialisation en déterminant le produit adéquat à vendre et en proposant le prix de mise en marché. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| Les stratégies de produit et de prix consistent à déterminer les meilleures combinaisons produit-prix en vue de la maximisation des ventes.  Le produit (bien ou service) est l’offre de l’entreprise aux consommateurs. Pour ce faire, l’entreprise doit se différencier par :   * la conception, les caractéristiques, les attributs du produit et les bénéfices pour le consommateur, la qualité, la garantie et son étendue, son conditionnement, etc.; * le produit unique ou la gamme qui fait l’offre de produits.     Quant au prix de vente du produit, il résulte d’un compromis entre le cout de production, la courbe de la demande (jugement sur ce qui est acceptable) et ce que fait la concurrence. Pour le vendeur, le prix doit viser la profitabilité de l’entreprise, alors que pour le client, le prix d’achat doit refléter la valeur perçue du produit et les efforts pour le posséder. Le prix de vente peut être variable selon la version du produit et les segments de marché.    En tant que responsable du marketing, tu vas avoir la charge d’élaborer la stratégie de produit et la stratégie de fixation des prix pour améliorer les ventes de l’entreprise. Tu prévois prochainement d’obtenir un contrat pour élaborer diverses stratégies en lien avec la mission et la vision d’une entreprise sociale qui se nomme AgroBoréal. AgroBoréal est une entreprise sociale qui construit et exploite des fermes commerciales sur les toits dans la province de l’Ontario. Depuis 2011, elle a construit quatre fermes au total et chaque fois elle augmente le niveau de durabilité et d’ingéniosité technique en cultivant des dizaines de légumes, de micropousses et de fines herbes par système hydroponique.  Pour faire bonne figure et te démarquer des autres membres de l’équipe, tu décides d’approfondir tes connaissances au sujet des stratégies de commercialisation sociales. Tu veux réellement devenir un expert en la matière.  Tu décides donc de t’exercer en t’inspirant d’une entreprise du milieu, Les Fermes Lufa. |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| Tu décides d’approfondir tes connaissances sur les stratégies traditionnelles et novatrices de commercialisation sociale en étudiant des ressources pointues sur le sujet.  Partie 1 : Ressources à consulter  Consulte les ressources suivantes, qui portent sur les stratégies de ventes.   * [Le marketing produit : stratégie et actions](https://www.manager-go.com/marketing/politique-produit.htm) * [Stratégie produit](https://www.piloter.org/strategie/strategie-produit.htm) * [Comment fixer le prix de votre produit : 5 stratégies courantes](https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/marketing-ventes-exportation/marketing/5-strategies-courante-fixer-vos-prix) * [Optimisez votre stratégie de prix](https://www.desjardins.com/coopmoi/entreprises/fiches-conseils/optimisez-strategie-prix/index.jsp)     Partie 2 : Travail à effectuer  Consulte site Web [Les Fermes Lufa](https://montreal.lufa.com/fr/about) et effectue le travail suivant :   1. Quel est le produit des Fermes Lufa? 2. Afin de bien prévoir les stratégies à mettre en place, il est important de connaitre le produit ou le service à fond. Énumère les caractéristiques de ce produit que tu juges importantes. Explique. 3. Bien que tu n’aies pas accès au plan stratégique de l’entreprise Les Fermes Lufa, déduis deux (2) valeurs. Explique comment les valeurs que promeuvent les Fermes Lufa se retrouvent dans les attributs de leurs produits et donne des exemples qui se rapportent à l’information tirée du site Web. 4. Le prix de vente est de 30 $ pour un panier de base. Ce prix semble élevé par rapport aux produits vendus dans les épiceries de la ville. Explique comment tu pourrais justifier ce prix à un acheteur potentiel. 5. Si tu devais travailler le plan de marketing des Fermes Lufa, énumère deux (2) stratégies que tu pourrais mettre en place pour la vente des produits. Justifie tes stratégies de maintien du prix, de baisse du prix ou de hausse de prix. 6. Cite toutes les sources que tu as consultées. 7. Soumets ton travail à ton professeur. |