

## Marketing

### Panier des Sens en Provence

[Panier des Sens est menacé par un grand nombre de produits substituables et aussi par les nouveaux entrants dans le marché.

**L'avantage de Panier des Sens selon l'analyse Porter est le fait que l'entreprise possède des fournisseurs locaux et que sa matière première possède une bonne traçabilité. Elle a donc un contrôle important sur la fabrication de ses produits.**

**Commenté [Bn1]:** A approfondir, qu'est-ce que cela apporte à l'entreprise en termes de plus-value. Que révèle réellement l'analyse des forces de Porter ?

#### a) Positionnement de la marque

Aux trois engagements vus précédemment vient s'ajouter un critère essentiel qui permet à Panier des Sens de faire face à ses concurrents : le prix des produits. **Panier des Sens se situe très bien en termes de naturalité de ses produits**, et arrive à les proposer au marché asiatique à des prix plus attractifs que ses concurrents. En termes de comparaison, Panier des Sens est **entre** 20 et 30% moins cher que son concurrent direct, L'Occitane en Provence. Ce positionnement permet à Panier des Sens de gagner des parts de marché significatives dans le marché asiatique. Ces trois engagements (naturalité des produits, respect de l'homme et de l'environnement et produit locaux), alliés à une démarche de positionnement en termes de prix, **sont des éléments qui ont été essentiels lors du déroulement de mes missions** dans le cadre du développement international de la marque en Asie. En effet, j'ai dû mémoriser et utiliser cet argumentaire dans le cadre de mes missions que je vais développer dans la suite de ce mémoire.

**Commenté [Bn2]:** Manque de précision (se situe très bien)

#### b) Méthodologie

C'est dans ce cadre et contexte que l'entreprise m'a confié la gestion de projets relatifs au développement de la marque en Asie. La première consistait à réaliser une veille concurrentielle afin de surveiller l'offre produits et les prix de Panier des Sens et de son rival en Asie, L'Occitane en Provence.

##### • *Détails de ma mission de veille concurrentielle :*

C'est dans ce cadre de positionnement de produit que j'ai eu pour mission d'analyser la concurrence en Asie et de réaliser une veille concurrentielle des produits proposés par L'Occitane en Provence.

**Selon William Skinner et Jonathan L. Calof, « la veille concurrentielle est un programme systématique de collecte et d'analyse de renseignements au sujet des principaux intervenants, tels que les clients, les concurrents, les législateurs et les fournisseurs, qui permet de réaliser des percées sur le marché et de soutenir la concurrence. »**

**Commenté [Bn4]:** Pourquoi cette citation ? Quel est l'intérêt de citer ces auteurs ? Quel est l'apport au document ? Veuillez à bien expliquer une citation dans le cadre du mémoire

**Commentaire Final :** Très bonne rédaction, toutefois faites attention à la tournure de vos phrases, parfois votre syntaxe fait un peu trop langage parlé. De plus, n'oubliez pas d'approfondir vos arguments, chaque argument/citation doit être analysé afin d'apporter un plus grand intérêt à votre copie. Au niveau de la forme, un paragraphe doit amener une idée nouvelle, ne vous perdez pas dans des phrases trop longues qui deviennent confuses. Chaque idée doit être clairement visible dans un paragraphe. J'ai également corrigé quelques fautes de syntaxe et d'orthographe qui sont pour la plupart des erreurs d'inattention.

Selon moi, cette copie devrait valoir environ 14/20, mais attention cela dépend toutefois du professeur qui corrigera votre copie.

**Estimation de la note :** ≈ 14/20

Argumentation / Analyse (5/8)  
Structure (4/5)  
Connaissances (3/5)  
Cohérence (1/2)  
Fautes d'orthographe (1/2)