

Exemple Pratique

Campagne Marketing pour les Panneaux Solaires "EcoTech"

Présentation de l'Entreprise

"EcoTech" est une entreprise spécialisée dans la production et la vente de panneaux solaires. L'entreprise souhaite lancer une campagne marketing pour augmenter sa part de marché et stimuler la croissance des ventes. Nous allons utiliser les principes économiques de base pour planifier cette campagne.

Analyse du Marché

Analyse de la Demande : Grâce à une étude de marché, EcoTech identifie que la demande annuelle de panneaux solaires sur son marché cible est de 10 000 unités. Le prix de marché actuel pour un panneau solaire est de 1 000 \$.

Analyse de l'Offre : La capacité de production d'EcoTech est de 8 000 unités par an. Le coût variable par unité est de 600 \$, et les coûts fixes s'élèvent à 1 200 000 \$ par an.

Définition des Objectifs

EcoTech vise à augmenter sa part de marché de 20 % à 30 % au cours de l'année prochaine. Cela se traduit par une augmentation des ventes de 2 000 unités (20 % de 10 000 unités) à 3 000 unités (30 % de 10 000 unités).

Allocation du Budget

Stratégie de Tarification au Coût Majoré : EcoTech décide d'utiliser une stratégie de tarification au coût majoré pour fixer le prix de la campagne. La majoration désirée est de 50 %.

$$\text{Prix de Vente} = \text{Coût Variable} + (\text{Coût Variable} \times \text{Pourcentage de Majoration})$$
$$\text{Prix de Vente} = \text{Coût Variable} + (\text{Coût Variable} \times \text{Pourcentage de Majoration})$$

$$\text{Prix de Vente} = \text{Coût Variable} + (\text{Coût Variable} \times \text{Pourcentage de Majoration})$$
$$600 \$ + (600 \$ \times 0,50) = 900 \$$$

Publicité et Promotion

Calcul du Budget : EcoTech alloue 10 % de ses revenus projetés de la campagne au budget publicitaire.

$$\begin{aligned}\text{Revenu Projeté} &= 3\,000 \text{ unités} \times 900 \$ = 2\,700\,000 \$ \\ \text{Budget Publicitaire} &= 0,10 \times 2\,700\,000 \$ = 270\,000 \$\end{aligned}$$

Analyse du Seuil de Rentabilité

Calcul du Seuil de Rentabilité : Pour déterminer la faisabilité de la campagne, EcoTech calcule le seuil de rentabilité.

$$\begin{aligned}\text{Seuil de Rentabilité (unités)} &= \frac{\text{Coûts Fixes}}{\text{Prix de Vente} - \text{Coût Variable}} \\ \text{Seuil de Rentabilité (unités)} &= \frac{1\,200\,000 \$}{900 \$ - 600 \$} = \frac{1\,200\,000 \$}{300 \$} = 4\,000 \text{ unités}\end{aligned}$$

Calcul du Profit Attendu

Estimation du Profit : EcoTech projette des ventes de 3 000 unités, donc il calcule le profit attendu :

$$\begin{aligned}\text{Revenu Total} &= 3\,000 \text{ unités} \times 900 \$ = 2\,700\,000 \$ \\ \text{Coût Variable Total} &= 3\,000 \text{ unités} \times 600 \$ = 1\,800\,000 \$ \\ \text{Coût Total} &= \text{Coûts Fixes} + \text{Coût Variable Total} \\ \text{Coût Total} &= 1\,200\,000 \$ + 1\,800\,000 \$ = 3\,000\,000 \$ \\ \text{Profit} &= \text{Revenu Total} - \text{Coût Total} \\ \text{Profit} &= 2\,700\,000 \$ - 3\,000\,000 \$ = -300\,000 \$\end{aligned}$$

Ajustement de la Stratégie

Ajustement du Prix : Comme le plan initial montre une perte, EcoTech réévalue sa stratégie de tarification. Pour atteindre au moins le seuil de rentabilité, le nouveau prix est calculé comme suit :

Nouveau Prix de Rentabilité = $\frac{\text{Coûts Fixes} + \text{Coût Variable Total}}{\text{Unités Vendues}}$
Nouveau Prix de Rentabilité = $\frac{1\,200\,000 \$ + 1\,800\,000 \$}{3\,000 \text{ unités}} = \frac{3\,000\,000 \$}{3\,000} = 1\,000 \$$

EcoTech décide de fixer le prix de vente à 1 050 \$ pour assurer la rentabilité tout en restant compétitif.

Exécution et Suivi de la Campagne

Mise en Œuvre : EcoTech lance la campagne avec un prix de vente révisé de 1 050 \$, en ciblant un mélange de canaux publicitaires en ligne et hors ligne avec un budget de 270 000 \$.

Suivi : L'équipe marketing suit les indicateurs de performance clés (KPI) tels que le volume des ventes, les revenus, le coût d'acquisition client (CAC), et le retour sur les dépenses publicitaires (ROAS) pour évaluer le succès de la campagne et effectuer les ajustements nécessaires.

Revision #3

Created 29 June 2024 12:22:30 by Christian Nasulea

Updated 29 June 2024 18:55:24 by Christian Nasulea