

Première STMG	Thème 3 : Gestion et création de Valeur
Sciences de gestion	Chapitre 2 : Les différentes formes de valeur
Séquence 2 : La valeur perçue	
<i>COMMENT LA GESTION D'UNE ORGANISATION CONTRIBUE-T-ELLE A LA CREATION DE DIFFERENTES FORMES DE VALEUR</i>	

1. L'image de marque

Document 1 : L'image de marque, entretien avec le directeur marketing de Danone

http://www.dailymotion.com/video/x1bmz1y_l-image-de-marque-tpe_people

ACTIVITE 1 : A PARTIR DU DOCUMENT 1

1. Qu'est-ce que l'image de marque ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Quelles sont les sources de perception de l'image de marque ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Qu'est-ce qu'un critère de perception objectif et subjectif ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Quels sont les impacts de l'image de marque sur l'organisation ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Qu'est ce qui peut dégrader une image de marque ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

6. Quelles sont les méthodes pour créer / améliorer image de marque?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. La notoriété

Document 2 : Les assurances Abbeville

« Abeille » est une compagnie d'assurance fondée et présente en France depuis 1882 dont le siège social est situé à Paris. Afin d'évaluer la notoriété de la marque « Abeille », la compagnie vient de réaliser une enquête par téléphone auprès d'un échantillon national représentatif de 405 français âgés de 18 ans et plus.

Question 1 : Quelles sont les compagnies d'assurances que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?

Compagnie	Nombre de fois que la compagnie a été citée	En %
AXA	211	
MACIF	130	
MAAF	109	
AGF	93	
MMA	89	
MAIF	85	
GMF	77	
Gan	77	
Groupama	69	
MatMut	65	
Abeille	36	
Crédit Mutuel	32	
Crédit Agricole	20	

Question 2 : Je vais vous citer un certain nombre de compagnie d'assurances. Pouvez-vous me dire si vous les connaissez, ne serait-ce que de nom ?

Compagnie	Réponses « oui » à la citation du nom de l'assurance	En %
AGF	389	
GROUPAMA	385	
AXA	381	
MACIF	381	
MAAF	369	
GAN	352	
GMF	352	
MMA	348	
MAIF	328	
MATMUT	320	
ABEILLE	300	

7. complétez les deux tableaux ci-dessus

8. Quelle est la question qui permet de mesurer la notoriété assistée ? Justifiez

.....

.....

.....

.....

.....

9. Quelle est la question qui permet de mesurer la notoriété spontanée ? Justifiez

.....

.....

.....

.....

.....

10. Commentez les résultats obtenus par la compagnie « Abeilles » ?

.....

.....

.....

11. Quelle est la compagnie qui a la notoriété « top of mind » -spontanée de premier rang)? Justifiez

3. La satisfaction

Document 3 : Email envoyé par Axa banque à un client suite à une demande d'information concernant le fonctionnement la partie « achat et vente d'actions » du site www.axabanque.fr

AXA Banque qualité noreply@axabanque.fr
à moi

10:34 (Il y a 1 heure)

M. DUBOIS,

Vous avez récemment contacté un de nos conseillers bancaires. Afin de toujours mieux vous servir et vous répondre efficacement nous souhaitons connaître votre avis. Répondre à ce questionnaire ne vous prendra que quelques instants.

Pour cela cliquez sur : [Nos 5 questions](#) .

Nous vous remercions par avance de votre participation.

L'équipe Qualité
AXA Banque
TSA 86104 - 95901 Cergy Pontoise Cedex

AXA Votre SERVICE

Vous avez récemment contacté votre service clientèle et nous souhaitons connaître votre avis ...

Concernant votre conseiller bancaire, quel est votre niveau de satisfaction sur ...

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Ni satisfait, ni insatisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait
<i>L'accueil qu'il vous a réservé</i>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Sa capacité d'écoute et de prise en charge de votre demande</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Les réponses ou informations qu'il vous a fournies</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>La solution qu'il vous a apportée</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pourriez-vous noter de 1 à 5 le niveau de conseil reçu lors de cet appel ?

5 4 3 2 1

Pour quelles raisons n'êtes vous pas satisfait du conseil reçu ?

Il n'a pas su répondre précisément à la demande. Les réponses étaient ponctuées de: "je crois que que", "je pense que". J'ai des doutes quant au professionnalisme du conseiller.

Pourriez-vous noter de 1 à 5 la façon dont AXA Banque s'est occupée de vous jusqu'à présent ? (5 étant la meilleure note)

5 4 3 2 1

Avez-vous des remarques ou suggestions à nous faire ?

Rien à dire sur les services bancaires classiques. Le commentaire négatif précédent correspond à un contact précis concernant une demande d'information sur le fonctionnement du site permettant d'acheter et de vendre des actions.

Les réponses à ce questionnaire sont facultatives et destinées à l'usage exclusif d'AXA Banque en vue de l'amélioration de notre qualité de service. Vous disposez d'un droit d'accès et de rectification des données vous concernant que vous pouvez exercer auprès du service Qualité & Réclamations Clients - AXA Banque - TSA 86104 95901 Cergy Pontoise Cedex 9

Document 4 : Synthèse des résultats de l'enquête sur un échantillon de 523 personnes

Q1 : Le niveau de satisfaction du conseiller bancaire

	Très satisfait	Plutôt satisfait	Ni satisfait, ni insatisfait	Plutôt insatisfait	Très insatisfait	Total
L'accueil réservé	72%	18%	5%	3%	2%	100%
Capacité d'écoute et prise en charge de la demande	68%	23%	6%	2%	1%	100%
Les réponses fournies	45%	31%	2%	18%	4%	100%
La solution apportée	47%	29%	3%	16%	5%	100%

Q2 : Note moyenne : 3,8 / 5

Q3 : Note moyenne : 4,4 / 5

12. Qu'est-ce que la satisfaction ?

.....
.....
.....
.....
.....

13. Quel est le lien entre la satisfaction et la fidélisation ?

.....
.....
.....

13. Quel est le moyen utilisé par AXA pour mesurer la satisfaction de ses clients ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

14. Commentez le document 4. Comment jugez-vous la valeur perçue fondée sur la satisfaction ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....

15. Commentez le document 3. Comment la compagnie AXA peut-elle utiliser les résultats de ce questionnaire ?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. La qualité

Document 4 : La qualité chez Adidas ?



Vous êtes en stage au service consommateur d'Adidas France qui s'occupe des ventes en ligne. Vous recevez le mail suivant :

A l'attention du SAV Adidas,

Bonjour,

Suite à notre conversion du Mercredi 29 janvier 2014, je vous prie de recevoir des photos des chaussures défectueuses. Ma fille m'assure avoir porté ces chaussures une seule journée. Merci pour votre intervention,

Cordialement, Pascal Dubois

15. Sur quel critère porte le problème de qualité ? Quel est l'impact sur la valeur perçue de la marque par ce client ?

.....
.....
.....
.....

Document 5 : Taux de retour produits chaussures chez Adidas France (note : les chiffres sont fictifs)

Motifs	Points de vente	Ventes en lignes
Problèmes de taille	1%	9%
Mauvaise résistance	2%	2,2%
Problème de couleurs	1%	8%
Problème de confort	3%	2,8%

Document 6 : Qu'est-ce que la qualité ?

Ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit ou d'un service qui lui confèrent l'aptitude à satisfaire des besoins exprimés ou implicites.

<http://www.agrojob.com/dictionnaire/definition-qualite-2607.html>

16. Quel est la formule du taux de retour produit ?

.....
.....
.....

Document 7 : Le suivi de la réclamation chez Adidas

Pascal DUBOIS a renvoyé les chaussures défectueuses au service consommateur d'Adidas France. Les frais de retour ont été pris en charge par Adidas et il a été intégralement remboursé. De plus, il a reçu un bon d'achat de 15 € à valoir sur sa prochaine commande. 2 jours après, il a reçu une enquête de satisfaction à remplir quant à ce litige. Il déclare :

- . Amabilité du conseiller contacté chez Adidas France : Note : 5/5
- . Disponibilité du conseiller contacté chez Adidas France : Note : 5/5
- . Solution proposé par Adidas France : Note : 5/5
- . Etes prêt à commander de nouveau des chaussures Adidas sur le site : OUI

16. La qualité porte-t-elle uniquement sur les caractéristiques du produit vendu ? Justifiez !!

.....
.....
.....
.....

17. Quel est le lien entre la qualité et les besoins des consommateurs ?

Document 8 : Labels, certifications et normes

Un des principaux objectifs de la **normalisation** est habituellement que tout le monde adhère aux mêmes normes, c'est-à-dire aux mêmes procédures ou spécifications de produits. Elle peut assouplir les procédures logistiques, faciliter le commerce, empêcher que les consommateurs ne soient trompés et améliorer la qualité.

La **certification** est une procédure par laquelle une tierce partie donne l'assurance écrite qu'un produit, processus ou service est en conformité avec certaines normes. La certification peut être vue comme une forme de communication le long de la filière d'approvisionnement. Le **certificat** montre à l'acheteur que le fournisseur obéit à certaines normes, ce qui peut s'avérer plus convaincant que si le fournisseur lui-même en avait donné l'assurance. Un **label** de certification est un label ou un symbole indiquant que la conformité aux normes a été vérifiée. L'utilisation du label est habituellement contrôlée par l'organe d'élaboration de normes. Le label peut appartenir aux organismes de certification lorsque ceux-ci certifient par rapport à leurs propres normes spécifiques.

<http://www.fao.org/docrep/007/y5136f/y5136f07.htm>

Document 9 : Produits de la mer et de l'aquaculture Label Rouge (vidéo)

18. Qui délivre le « label rouge » ?

.....
.....

19. Que certifie ce label ? Quels sont les éléments vérifiés par « le cahier des charges » label rouge ?

.....
.....
.....
.....

Document 10 : La certification, porte d'entrée pour l'international (vidéo)

20. A quoi sert une certification qualité délivrée par l'AFNOR ?

.....
.....
.....
.....
.....

21. Quelles sont les questions qui sont au centre d'une certification qualité ?

.....
.....
.....
.....
.....

Document 11 : Qu'est-ce que l'ISO 9001 ? (vidéo)

22. Quel est l'intérêt de la norme ISO 9001 quant à la valeur perçue d'un produit par les clients de l'Entreprise ?

.....
.....
.....
.....
.....

Document 12 : Le label « villes et villages fleuris » (vidéo)

23. Quels types d'organisations vont chercher à obtenir le label « villes et villages fleuris » ? Dans quel objectif ? Quel est le marché concerné ?

.....
.....
.....
.....
.....