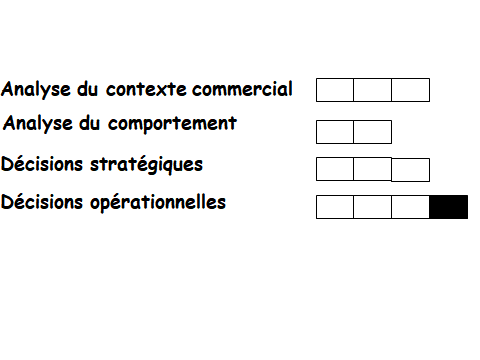
|  |
| --- |
| **PFR : Distributeur automatique de produits bio à Bordeaux** |

DOCUMENT D’ETAPE 4.4 : les décisions budgétaires relatives à la stratégie marketing

***La rédaction de ce document consiste à retranscrire de manière formalisée l’application à votre PFR de concepts relatifs au thème désigné par le titre.***

****

***Consignes pour valider les compétences suivantes***

|  |
| --- |
| **Préciser la marge distributeur** |
| **Calculer votre CA prévisionnel** |
| **Argumenter les estimations des budgets** |
| **Estimer le budget de communication points de ventes** |

Rappel de l’objectif fixé : 3% de PDM

Rappel de l’élément moteur : PULL

Rappel du prix public fixé : ça dépend du produit – hypothèse prix moyen de l’achat 6€

Rappel du circuit de distribution retenu : canal court – le distributeur automatique

**1 Présentez de manière détaillée le calcul du chiffre d’affaires prévisionnel**

* 3% de la population bordelaise = 0,03 \* 256 045 = 7 681 personnes
* 6 € \* 7 681 = 46 026 €
* CA prévisionnel = 46 026 €

**2 Proposez et argumentez le budget de communication**

**En B to C, le budget Marketing / Communication représente généralement +/- 10 % du CA de la ligne de produits concernée. (selon** <https://www.business-marketing.fr/budgetisation/>**)**

**Selon cette source, nous établissons notre budget de communication à 10 % du CA. Le produit est nouveau ; il est donc nécessaire de communiquer le plus fortement possible sur son existence.**

**Montant du budget de communication : 10 % \* 46 026€ = 4 603€**

**3 Argumentez le pourcentage budget de communication en point de vente / hors point de vente**

Ce budget de communication sera uniquement consacré à la communication hors points de vente car nous avons retenu une stratégie Pull. En effet, le client n’a pas besoin d’être conseillé sur le point de vente.