Principales erreurs constatées

***(Par ordre des rubriques sur la grille d’évaluation)***

**PARTIE 1**

**ANALYSE DU MARCHE**

* Marché générique défini sans exprimer un besoin ou de manière trop large ou en réponse à deux besoins
* Ne pas avoir précisé où se situe le PFR sur les marchés de référence
* La définition des NCR ne fait pas référence aux produits des marchés substituts, et /ou celle des clients de la concurrence en fonction de produits des marchés principaux
* Oublier de mentionner la possession d'un smartphone dans le cadre du calcul de la DT si le PFR est un objet connecté

**ANALYSE CONCURRENTIELLE**

* Incohérence entre les produits des marchés principaux et les entreprises citées dans l’analyse de la rivalité
* Confusion entre les fournisseurs et les distributeurs dans l’analyse des forces concurrentielles
* Analyse de la menace des produits substituts quand le PFR est placé sur un marché substitut et qu’il est le seul.
* Analyse des fournisseurs du PFR quand il est placé sur le marché des produits substituts au lieu des fournisseurs des produits placés sur les marchés principaux sur lesquels s’exerce la rivalité intra sectorielle.
* Pas de choix dans la définition de l’environnement concurrentiel

**ANALYSE DE L’ENVIRONNEMENT**

* L’analyse des tendances passe à côté de celles qui correspondent au besoin du marché générique
* L’analyse des acteurs est trop générale et ne met pas en évidence l’existence d’acteurs spécifiques au marché du PFR
* Proposer une analyse des variables cruciales trop générale sans expliciter les tendances (par ex indiquer tendance socioculturelle uniquement)

**PARTIE 2**

**PROCESSUS DE DECISION D’ACHAT**

* Toutes les étapes du processus d’achat sont décrites en reprenant le cours et en listant en particulier les facteurs d’influence et les attributs. Ces deux derniers points ne sont pas demandés
* Les sources d’informations externes probables ne sont pas précises et adaptées au PFR, et /ou on trouve des propositions d’actions de communication
* Les risques susceptibles de ne pas être perçus ne sont pas cités, il n’y a pas d’argumentation à ce sujet

**SEGMENTATION DU MARCHE**

* La segmentation propose des segments qui ne sont pas exhaustifs
* La segmentation proposée est correcte mais trop générale, elle pourrait correspondre à beaucoup d’autres produits, elle ne tient pas compte du besoin exprimé dans le marché générique
* La description des critères ne fait pas référence aux facteurs d’influence individuels ou collectifs
* Les attributs saillants sont confondus avec les atouts du PFR, on cherche à expliquer ce que chaque segment va apprécier dans le PFR alors qu’il faut préciser ce que chaque segment va rechercher en priorité pour choisir une solution permettant de satisfaire le besoin correspondant au marché générique

**SUR L’ENSEMBLE DU DOSSIER**

* Confusion entre les éléments d’origine interne et externe pour le décryptage des opportunités menaces
* Les variables cruciales ne reprennent pas tous les éléments du dossier, en particulier les opportunités et menaces détectées dans l’analyse du marché ou celle de la concurrence
* Les dates de consultation des sites ne sont pas précisées
* Le texte n’est pas justifié à droite

**LECTURE APPLIQUEE**

Il y a trois possibilités pour expliquer un zéro ou une note très faible :

* vous avez choisi un livre théorique (Zéro) ou non pertinent (par ex le marketing des seniors pour un PFR qui n’est pas destiné aux seniors…)
* vous n'avez pas fait assez de citations (3 pour la moyenne) et/ou elles ont été pénalisées par des références incomplètes de l’ouvrage (auteur, titre, année de parution, édition)
* les citations n'étaient pas pertinentes (pas de lien avec les développements du paragraphe où elles sont introduites)