

Corrigé Type

1. Précisez les éléments supplémentaires du mix marketing des services (4,5pts)

Personnel en contact : secrétaire, caissier, serveur,...

Preuves matérielles : matériels, statistiques,...

Processus : description des étapes d'acquisition d'un service

2. Décrivez le mix marketing des services à la personne (3,5)

Service : différents services à la personne (ménage, jardinage, garderie pour enfants,...)

Prix : certains sont payants d'autres sont à des prix symboliques

Distribution : selon le service (à domicile, dans les locaux du prestataire,..)

Communication : Internet, BAO, wait marketing

Personnel en contact : toute personne contribuant à l'administration du service

Preuves matérielles : matériel et équipements, aspects des locaux...

Processus : les étapes à suivre pour acquérir le service

3. Quelles sont les spécificités majeures du service ? (4pts)

Intangibilité

Hétérogénéité

Inséparabilité de la production et de la consommation

Périssabilité

4. Quel est le rôle du client dans la production du service ? (4pts)

Le client a un rôle important dans la production du service puisqu'il, est dans la majorité des cas, présent au moment de l'administration du service. Plus il a conscience de ses besoins et il arrive à les exprimer plus il sera satisfait du service. Aussi, le customerempowerment permet une meilleure implication du client dans le service.

5. Définissez les notions suivantes (4pts)

Zone de chalandise correspond au périmètre, à l'espace géographique, entourant le point de vente dans lequel se situent les clients (actuels ou potentiels) d'un magasin.

Yield management consiste à maximiser le chiffre d'affaires ou, encore mieux, la marge générée, en jouant principalement sur les combinaisons de variables prix et de taux d'occupation

Bundling : proposer à un segment de clients sous forme de « package » des services multiples dans une même offre qui implique souvent une baisse du prix

E-learning: une méthode d'apprentissage qui repose sur la mise à disposition de contenus pédagogiques via un support électronique (CD, Internet, Intranet, Extranet, ...)