

# ETUDE DE CAS PRESIDENT

Elaboré par

**Oifa MEJRI BRIKI**

Docteur en Sciences de Gestion,  
Marketing, FSEG Tunis

**Hanen BEN HARIZ**

Docteur en Sciences de Gestion,  
Marketing, FSEG Tunis

à partir du projet de fin d'études

Mise en place d'une campagne de lancement d'un nouveau pack  
Goûter Président pour le compte de L'IAT

**Elaboré par :**

Jamila BEN ATIG

Master en commerce et distribution, ISET Radès

**Dirigé par :**

Mme Basma BEN ALAYA

Mr Nouheb DACHRAOUI

# NOTE PEDAGOGIQUE

- **Mot clés** : lancement d'un nouveau produit, gamme de produits, stratégie de communication, marketing mix, plan média .

- **Objectifs pédagogique** :

L'étudiant doit parvenir à établir une démarche de lancement d'un nouveau produit :

- Veille concurrentielle
- Analyse SWOT (Déterminer les forces et les faiblesses, les opportunités et les menaces du couple : produit/marché)
- Marché potentiel

## **Au niveau du marketing stratégique:**

Permettre à l'étudiant d'élaborer un plan marketing complet :

- Déterminer le marché potentiel
- Choix du segment/cible/ positionnement

## **Au niveau du marketing opérationnel:**

- L'étudiant devra assimilé la différence entre les stratégies de communication push et pull et leur mise en œuvre.
- Etablir une combinaison adéquate pour le marketing Mix

## **Mener une étude pré-lancement** (marché test):

Tester le produit sur une population restreinte et recenser le feedback (Questionnaire, focus groupe...).

**Mise en œuvre du lancement du produit** (média planning et choix des supports).

### **Mener une étude post-lancement:**

Evaluer les résultats de l'extension de la gamme.

### **Mener une étude de satisfaction:**

Dégustation /Questionnaire.

- **Résumé et problématique du cas** : Dans le cadre de l'extension de sa gamme « Président Kids», l'IAT a décidé de lancer un nouveau produit «Groupage Goûter Président». Il s'agit d'un pack pour une consommation familiale contenant du fromage fondu et 32 bâtonnets de biscuits. L'entreprise a mis en œuvre une stratégie de communication axée notoriété et image de marque.  
La problématique se résume dans la question suivante: Comment peut-on assurer le lancement d'un nouveau produit alimentaire pour enfant ?
- **Outils d'analyse:**  
Tableau de valeurs (proposer aux étudiants des tableaux collectés sur internet et des résultats d'autres études de cas semblables)  
Benchmark  
Annexes des études antérieures (PFE)
- **Suggestions d'animation** :  
Jeu de rôle  
Simulation de la dégustation  
Chapeaux de BONO  
Mindmapping
- **Bibliographie:**  
Articles, revues, ouvrages  
Mots clés de recherche : lancement d'un nouveau produit, stratégie de communication, notoriété de marque, relation client, satisfaction client, Marketing Mix.