|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mission 3 - Concevoir un argumentaire commercial | |  | |
| Durée : 1 h 10’ | Homme avec un remplissage uniou Groupe avec un remplissage uni | Une image contenant symbole, Bleu électrique, Police, Graphique  Le contenu généré par l’IA peut être incorrect. | Source |

**Jeux sérieux**

* Concevoir des groupes de 4 étudiants,
* Chaque étudiant conçoit son MOFF, son argumentaire et son diaporama au sein du groupe,
* Á l’issue des 30 minutes, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient le document qui sera soumis au formateur et/ou aux autres groupes.

**Contexte professionnel**

Le service recherche et développement de la société Erbioline a mis au point une cire allergénique qu’il est possible de parfumer avec des essences naturelles (lavande, citron, cannelle, vanille, fleurs d’oranger, thé vert, etc.). Ce nouveau produit réduit sensiblement les rejets de benzène et de formaldéhyde dans l’air.

Par ailleurs, nos chercheurs lui ont ajouté des composants odorants qui tendent à éloigner les acariens et à réduire les nuisances olfactives. Ce nouveau produit neutralise donc les mauvaises odeurs et réduit la prolifération des acariens. En cela, elle peut avoir un effet purificateur et assainissant de l’air et des pièces.

Tous les composants sont issus de produits certifiés bio, non allergisant.

Son nom est : Senteur-bio.

Ce produit pourrait être commercialisé comme article d’ambiance qui ajoute la note chaleureuse et intime à une pièce tout en y joignant des vertus sanitaires et hygiéniques. Il en additionne tous les avantages et il lève les craintes des personnes qui ont peur de polluer leur intérieur.

Il ressort des tests réalisés, les commentaires suivants :

*« Génial », « Pratique », « Sain », « efficace », « agréable », « on ne peut plus s’en passer », « déstressant », « comment on a pu ne pas y penser avant »*

Aujourd’hui, il n’existe pas de produits concurrents, cependant, il semblerait que le groupe l’Occitane travaillerait sur un produit équivalent.

L’approche du produit, proposé par le service de recherche, le tire plutôt vers les articles d’ambiance. Son prix est de 15 € la bougie de 4 h et 20 € la bougie de 6 h. Ce qui le situe 30 % au-dessus du prix moyen de ce type d’article.

Ce produit serait principalement distribué par de grandes enseignes. Des négociations sont en cours avec les Galeries Lafayette et d’autres enseignes. Mais Mme. Berthod souhaite également placer ce produit auprès de nos revendeurs de produits et dans les rayons d’ambiance intérieure.

Il lui semble que ce produit a de fortes potentialités, car il est sur un marché qui est en croissance constante et qui répond aux interrogations des articles publiés récemment qui mettent en garde contre les effets polluant de ce type d’article pour les intérieurs des maisons.

**Réponses**

1. **Présentez dans une matrice MOFF (SWOT) les forces et faiblesses de ce produit.**
2. **Concevez un argumentaire commercial.**
3. **Concevez un diaporama pour les commerciaux destiné à présenter le produit.**