

## Stratégie de marketing

**Objectif:** lancement d'un nouveau produit de l'entreprise Chocoloco, donc c'est une pénétration dans un marché de bonbon en chocolat.

**Segmentation:**

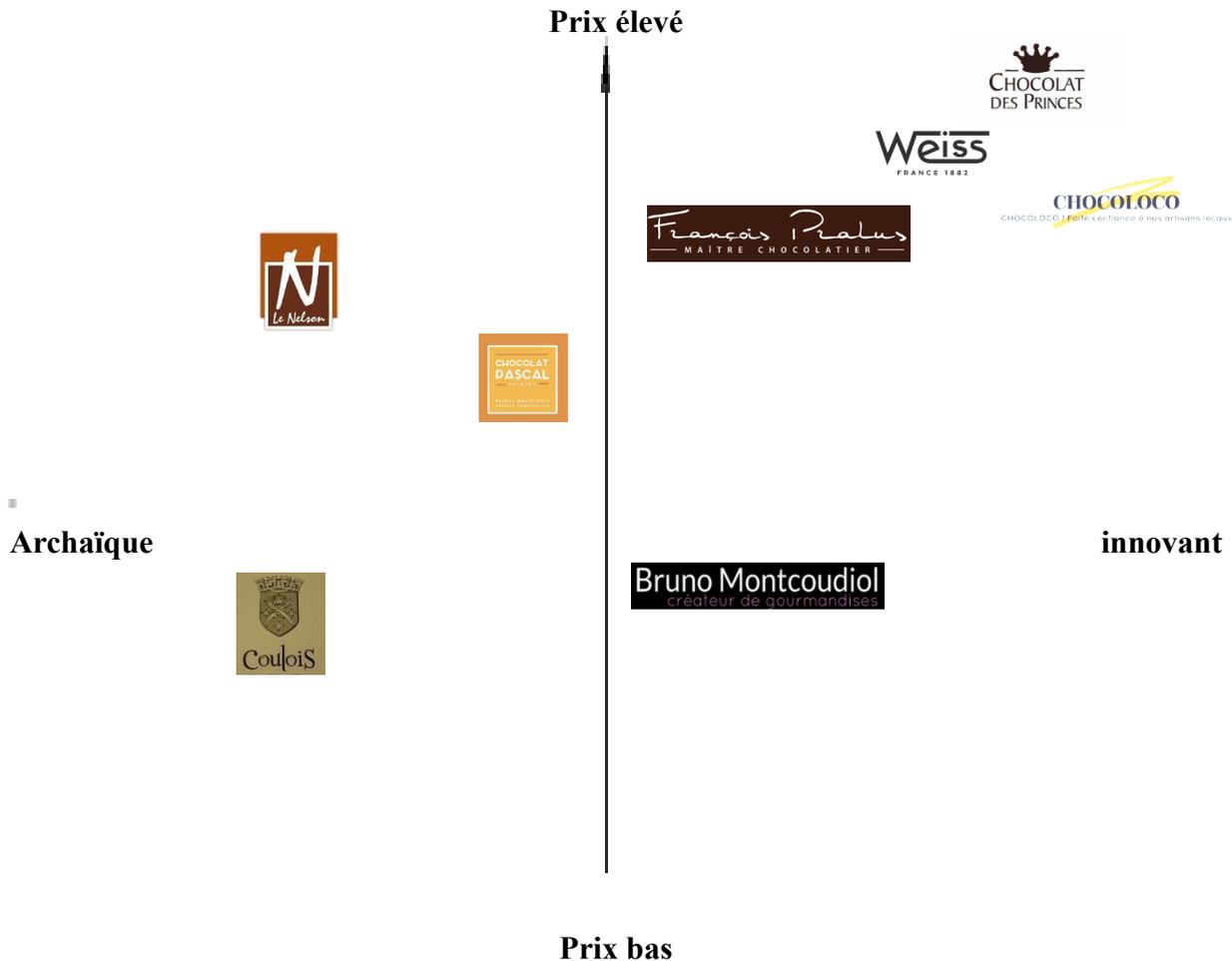
- \_ démographique locale (région stéphanoise)
- \_ comportement (personnes qui aiment le chocolat, la nouveauté du chocolat et qui les achètent)
- \_ sociodémographique (à tous les âges, hommes et femmes, classe sociale)

**cible :** marketing différencié (cible principale jeune à partir de 18 ans car ils ont du pouvoir d'achat avec possibilité d'acheter par internet et la cible secondaire sont les enfants de moins de 18 ans qui peuvent faire agir à l'achat les parents ou qui se rendent directement en boutique sans leurs parents pour acheter du chocolat) (cible principale est locale avec la possibilité de se rendre en magasin et la cible secondaire est national avec l'achat via le site internet) (cible de toute classe sociale avec une offre moyenne gamme avec un bon rapport qualité/prix)

**positionnement :** Nous voulons lancer notre nouveau produit dans le marché du chocolat et plus précisément dans le segment des bonbons au chocolat. Notre produit lui-même est différent de nos concurrents car il contient que des ingrédients locaux en France, produits par les producteurs proches ; unique goût avec unique emballage écologique ; le produit fait main par les artisans avec seulement les fruits saisonniers et les produits sont nouveaux et différents de chaque saison à une autre saison. Donc, tout cela permettra aux consommateurs d'avoir un produit unique et innovant de chaque saison, différent à ce qu'ils ont l'habitude de trouver dans d'autres entreprises dans ce marché du chocolat. En plus, en consommant notre produit, cela leur permettra d'être éco-responsables, qui aident à la survie des producteurs locaux et donc moins de pollution dans son pays aussi. Les consommateurs auront aussi un produit avec un prix acceptable, mais pas que car ils auront un produit de meilleure qualité meilleur que des concurrents à proximité aussi. Et donc, tout cela répond donc aux besoins des consommateurs actuels comme le fait d'avoir un produit écoresponsable, innovant avec un bon rapport qualité/prix meilleur que dans d'autres entreprises.

Pour le résumer, Chocoloco propose à tous les jeunes adultes qui ont le pouvoir d'achat et les autres enfants aussi des bonbons de chocolat en boîtes saisonniers ayant d'emballage écologique, les ingrédients locaux et innovant fait par les artisans locaux qui offre la possibilité d'avoir un bon produit avec un prix acceptable, un produit unique et qui permettra aux consommateurs à engager dans la durée de vie des producteurs locaux sur le territoire aussi.

## Carte perceptuelle :



## Liste des concurrents :

Nom d'entreprise	Adresse	Activité	Pourquoi est-elle concurrente ?
<b>Chocolat Coulois</b>	12, rue de la République, 42000 - Saint-Etienne, France	Chocolateries, confiseries	Artisan chocolatier et confiseur depuis 1820, elle crée des dragées et chocolats.
<b>Le Nelson</b>	4 rue Gambetta, 42000 - Saint-Etienne, France	Confiseries, Chocolateries	Depuis 1911, c'est un Pâtissier, chocolatier, glacier et salon de thé qui allie tradition et modernité des produits. Pour nous, elle représente comme une menace avec les produits de substitutions.
<b>Chocolat des Princes</b>	23 rue de la République, 42000 - Saint-Etienne, France	Chocolateries, confiseries	Installé depuis 1897 dans la couronne stéphanoise, Chocolat des Princes est spécialisée dans la fabrication de bonbons de chocolat, spécialités artisanales, tablettes et moulages de Pâques. Elle propose aussi des produits dans tous les moments forts de la saison avec des coffrets cadeaux gourmands pour Noël, la Saint Valentin et pour les

			fêtes et elle a le catalogue de produits plus de 130 (pâtes de fruit, chardons chocolat, malakoff chocolat, mendiants chocolat, grêlons du Pilat, chocolats à la liqueur... ). Elle a les recettes uniques et savoir-faire artisanal. Les ingrédients sont très sélectives avec fabrication de plus de 100 recettes de bonbons de chocolat fabriqués dans le respect des traditions. Authentique, gourmand, innovant avec de très bonne qualité de produits. Elle offre des moments de la dégustation. Rester à leur écoute les clients est primordial.
<b>Pralus</b>	9, rue Michelet, 42000 Saint-Etienne, France	Chocolateries, confiseries	Créée depuis 1948, Pralus est une usine de manufacture de Roanne et qui se développe vers leurs propres boutiques en France et à l'étranger (donc, une boutique à saint Etienne aussi). Elle fabrique la quarantaine de pâtissiers et chocolatiers produit tablettes et bonbons de chocolats ainsi que toute la gamme de confiseries et de pâtisseries. Et c'est avant tout une entreprise familiale.
<b>Pâtisserie-Chocolaterie Montcoudiol</b>	28, rue des Martyrs de Vingré, 42000 Saint-Etienne, France	Confiseries, Chocolateries	Bruno Montcoudiol, Champion du monde de pâtisserie sublime ses gourmandises, il propose dans ses magasins de Monistrol-sur-Loire ou de Saint-Étienne des entremets, macarons, glaces, chocolats, confitures et d'autres.
<b>Chocolat Weiss</b>	8, rue du Général-Foy, 42000 Saint-Etienne, France	Chocolateries, confiseries	Implantée depuis 1882, considérée comme maître chocolatiers qui produit des chocolats et praliné de haute qualité de produit en respectant l'environnement tel que le bien être des consommateurs.
<b>Pascal bureau</b>	4, rue Clovis Hugues, 42000 Saint-Etienne, France	Chocolateries, confiseries	Pascal Bureau est pâtissier chocolatier à Saint-Etienne depuis 1989. Il propose des chocolats, pâtisseries, viennoiseries fabriqués maison. Ses spécialités : la disagnette et le chocolat 42. Ses pâtisseries sont originales, variées, évolutives. Vous y trouverez de classiques choux à la crème chantilly, des guimauves, des biscuits à la cuillère.