

## BTS Management des Unités Commerciales

### Epreuve E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session 2009

#### Sujet n°O 06-8

#### Thème : La communication locale

##### Question 1

- Quels sont les enjeux de la communication locale ?

##### Question 2

A l'aide des annexes 1 et 2, vous résoudrez le problème commercial suivant :

Le centre Leclerc de Clisson (Pays de Loire) a obtenu en (N-1) l'autorisation d'agrandir sa surface de vente. Sur les 1500m<sup>2</sup> supplémentaires, 310m<sup>2</sup> sont affectés à la création d'un espace culturel, ce qui permet de proposer une offre beaucoup plus large à la clientèle.

Responsable de ce nouvel espace, vous souhaitez créer du trafic lors de l'inauguration qui aura lieu en septembre N.

Sur votre zone de chalandise, vous envisagez la distribution d'imprimé sans adresse (ISA) et la publication d'un encart couleur (9x15) dans la presse locale.

- Indiquez les objectifs, les cibles et les contraintes de cette opération de communication.
- Calculez le coût de ce plan de communication et commentez votre résultat sachant que le budget alloué à cette campagne est plafonné à 4 500 € HT.
- Montrez comment le géomarketing peut vous aider à la mise en place de votre opération de communication et de manière plus générale dans vos missions quotidiennes.

##### Question 3 :

- A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, expliquez quels sont les outils qui peuvent être utilisés dans le cadre de la communication locale.

### ANNEXE 1 : les imprimés sans adresse (ISA)

#### ⇒ Données relatives aux coûts (données HT)

- Coût de conception : forfait de 350 €
- Coût de distribution : forfait de 150 €
- Coût unitaire de fabrication :
  - ISA grande distribution : 0,23 €

#### ⇒ Données relatives à la zone de chalandise

	Nombre de foyers
Zone primaire	1958
Zone secondaire	680
Zone tertiaire	1450

- La distribution des ISA devra toucher 100% des foyers de la zone primaire, 60% des foyers de la zone secondaire et 30% des foyers de la zone tertiaire.

### ANNEXE 2 : La Presse Quotidienne Régionale (PQR)

Le choix s'est porté sur le quotidien « Presse Océan l'Eclair », titre diffusé à 56 579 exemplaires (source Média Poche). Deux passages par semaine sont nécessaires pour assurer un réel impact.

Le prix HT d'un encart noir et blanc (création publicitaire comprise) :

- 465€ pour un 6cm x 10cm
- 580€ pour un 9cm x 15cm
- 705€ pour un ¼ de page
- 950€ pour une ½ page
- 1150€ pour une page entière

Un supplément de 25% est à prévoir pour un encart couleur.

Durée de la campagne presse : 2 semaines