



uOttawa

L'Université canadienne
Canada's university



Saute-Mouton

Cas marketing – Ronde
préliminaire

Place à la jeunesse 2014

Instructions

Vous avez 180 minutes de préparation et le tout devra être envoyé au courriel ronde.preliminaire@gmail.com avant 12 h 00.

UN RÊVE À ACCOMPLIR

Vous êtes membres d'une nouvelle firme de consultants marketing à Ottawa et votre premier client, René Geoffroy requiert votre aide pour le développement de sa nouvelle entreprise, une maison d'hôte pour accueillir et nourrir des hôtes à la recherche de la paix, près de chez eux.

L'entreprise

René, maintenant à la retraite, est propriétaire d'une grande maison de style victorienne à Embrun. Lors de votre première rencontre, René vous explique qu'il a toujours souhaité être entrepreneur et veut transformer sa maison en maison d'hôte. Avec ses cinq chambres, l'immense cuisine et la rivière qui passe tout près, René est confiant qu'avec quelques rénovations sa maison serait parfaite pour accommoder des clients.

Avant sa retraite, René était le gérant d'un grand magasin de vente en détail à Embrun. Malgré qu'il n'ait pas d'expérience directe avec la gestion d'une maison d'hôte, les talents que René a acquis durant ses années d'emploi lui serviront bien. Il comprend la comptabilité et peut préparer ses états financiers, il sait gérer un personnel et il apprécie l'importance du service à la clientèle.

René sait qu'étant localisé à Embrun, il profite d'un bon emplacement. Embrun est situé entre Ottawa et Cornwall, et n'est pas loin de la frontière québécoise. Avec cet emplacement, René souhaite concevoir une maison d'hôtes qui est positionné comme un endroit parfait pour un séjour rapide, afin que les gens puissent se recharger et relaxer. Comme élément supplémentaire, René vas aussi aménager l'entrée de la maison d'hôtes en boulangerie, où les hôtes et les voisins peuvent acheter du pain, des baguettes et autres pâtisseries simples. Le nom de son gîte : *Saute-Mouton*. Afin de dormir, on compte les moutons qui sautent en fil. Il vous remarque fièrement qu'il a même envisagé un petit mouton mignon dans son logo.

UN ÉLÉMENT CULTUREL

M. Geoffroy est un amateur de la culture française. Il voyage fréquemment en France et apprécie la joie de vivre, le style et surtout les mets français. Après avoir effectué quelques recherches au sujet des maisons d'hôtes et chambres d'hôtes René a remarqué une terminologie particulière : couette et café. Il lui semble que couette et café est une francisation québécoise du terme anglophone *bed and breakfast*. René fait face à deux approches culturelles possibles pour positionner son entreprise : une couette et café style québécoise moderne ou bien une maison d'hôtes style française provençale.

Une langue partagée, des différences à souligner

Les résultats de ses recherches relèvent des questions additionnelles : est-ce qu'il serait recommandé d'adopter le style québécois de couette et café en raison qu'il se situe au

Canada? Ou bien, devrait-il opter pour le style français pour attirer ses confrères francophiles?

UN MIX PLUS EXHAUSTIF

Étant des consultants qualifiés vous savez qu'une maison d'hôtes, comme un hôtel, est un service puisque l'offre n'est pas un produit concret, mais plutôt le logement temporaire.

Vous savez également qu'au-delà des 4P du marketing traditionnel, il existe 3P supplémentaires pour le marketing des services. Puisqu'un service est plutôt intangible, il y a certains éléments de surplus à veiller pour assurer un certain niveau de qualité.

Personnel : les personnes en contact avec l'utilisateur du service. La satisfaction du client, un levier de fidélisation important, repose fortement sur cet élément du service.

Processus : ce qui caractérise l'interaction avec l'utilisateur du service. Un service se consomme en même temps qu'il est livré. L'expérience lors de la livraison du service est alors primordiale.

Preuve : ce qui caractérise la composante matérielle du service. Par exemple l'ambiance et l'apparence du lieu.

Suite à votre conversation avec René Geoffroy, vous vous mettez à créer un rapport pour guider le développement de son entreprise, incluant vos recommandations sur les sujets suivants :

1. Effectuez une recherche de marque de commerce (MC) pour le nom de l'entreprise *Saute-Mouton* avec l'Office de la propriété intellectuelle du Canada sur www.opic.ic.gc.ca. Notez le statut de la marque de commerce : active (officialisé, approuvé, publié) ou inactive (abandonnée, radiée, transféré)

2. Selon vos résultats de la question précédente, avisez votre client vis-à-vis la faisabilité d'utiliser *Saute-Mouton* comme nom pour son entreprise.

3. Afin de proposer à René un positionnement pour *Saute-Mouton*, veuillez recommander une des approches culturelles mentionnées par votre client (couette et café ou maison d'hôte). Indiquez le raisonnement de votre recommandation en relation au marché cible que René peut anticiper accueillir.

4. Selon votre recommandation de la question précédente, veuillez recommander sur quel élément(s) du service René devrait différencier son entreprise, et proposer comment il pourrait réussir cela. (Par exemple :

quel type de personnel devrait-il embaucher, quel processus de service devrait-il adopter ou quelle preuve devrait-il posséder?)