

Correction chapitre 3

✓ 1. Product (Produit)

a) Caractéristiques principales de l'offre ÉcoVélo à Toulouse

- **Location de vélos électriques** en centre-ville.
- **Formules flexibles** : à l'heure, à la journée ou au mois.
- **Vélos écoresponsables** : conception durable, recyclables, basse empreinte carbone.
- **Application mobile** pour réserver, payer et géolocaliser les vélos.
- **Service client digitalisé** pour assistance rapide.

b) Deux éléments de différenciation produit

1. **Vélos écoresponsables**, plus respectueux de l'environnement que ceux des concurrents comme Lime.
 2. **Formules de location longue durée** (à la semaine ou au mois), absentes des offres classiques type VéloToulouse.
-

✓ 2. Price (Prix)

a) Stratégie tarifaire recommandée : Pénétration

👉 Objectif : **attirer rapidement une clientèle** dans une ville où des concurrents sont déjà présents.

💬 Justification : des **prix compétitifs** au départ peuvent séduire les usagers réguliers ou curieux d'essayer.

b) Deux formules tarifaires adaptées

1. **Formule "occasionnelle"** : 2 € l'heure ou 10 € la journée.
 2. **Formule "abonnement mensuel"** : 39 €/mois pour un usage illimité (idéal pour les actifs ou étudiants).
-

✓ 3. Place (Distribution)

a) Canaux de distribution possibles

- **Application mobile** (réservation et paiement 100 % digital).
- **Site web officiel** pour présenter l'offre, les tarifs et gérer les abonnements.
- **Bornes physiques** de retrait dans certains quartiers stratégiques.

b) Type de distribution : Sélective

👉 Justification :


- L'offre vise une **qualité de service** et une **expérience client fluide**.
 - Distribution dans **certains lieux bien choisis** (quartiers fréquentés, gares, campus) plutôt qu'en masse.
-

✓ 4. Promotion (Communication)

a) Campagne de lancement à Toulouse

- **Message principal :**
"Bougez vert, bougez libre à Toulouse avec ÉcoVélo !"
- **Canaux de communication :**
 - **Paid :** Publicité ciblée sur Instagram et Facebook pour les jeunes urbains.
 - **Owned :** Site web + newsletters à des bases de clients sensibilisés à l'écologie.
 - **Earned :** Partenariat avec des influenceurs toulousains écolos ou sportifs.

b) Slogan accrocheur pour les jeunes actifs

 *"ÉcoVélo : l'électrique malin pour la ville rose !"*

✓ 5. People (Personnel)

a) Profil idéal pour le personnel ÉcoVélo

- À l'agence : conseiller polyvalent (accueil, gestion des abonnements, conseils).
- SAV : technicien mobile pour petites réparations + support digital pour assistance via l'app.
- Bonne culture numérique et écologique.

b) Qualités et compétences clés

- **Sens du service et écoute client** pour créer une relation de confiance.
- **Réactivité** (notamment en cas de panne ou besoin d'assistance rapide).
- **Bonne communication** (orale et digitale), **patience** et **connaissance du produit**.
- **Capacité à résoudre les problèmes** pour fidéliser les utilisateurs.