**Extrait du programme :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Capacités | Notions | Contexte |
| identifier les besoins du consommateur | Besoins, motivations, freins, comportement  | La connaissance du comportement du consommateur est essentielle à la pérennité de l’entreprise.À partir d’observations de situations réelles d’entreprises du secteur hôtellerie restauration, de jeux sérieux..., d’exemples concrets, de films, de vidéos, il s’agira de repérer la diversité des besoins et l’évolution du comportement des consommateurs |

**Préambule :**

Ce thème permet une approche de la mercatique où l’on va pouvoir faire découvrir à l’apprenant l’étape de la demande à travers l’analyse des besoins des consommateurs, de l’étude de leur comportement et du choix que va faire l’entreprise en fonction du produit qu’elle va commercialiser.

**Finalité du scénario :**

A travers un exemple (café Nespresso), montrer comment un produit de première nécessité a pu devenir, grâce à diverses stratégies de communication, un produit haut de gamme aux yeux de certains consommateurs.

On pourra également constater que les besoins peuvent être créés non pas par le consommateur mais aussi par l’offreur. On étudiera à travers ce cas, les besoins, les motivations, les freins, et le comportement du consommateur (avant et après l’achat).

Si dans un premier temps l’étude ne porte pas sur un produit d’hôtellerie, la mise en application des connaissances se fera néanmoins dans ce cadre, permettant un lien vers la deuxième partie de cette question (types de consommateurs, quantifier l’activité, repérer les évolutions de la demande…)

|  |  |
| --- | --- |
| Public | Classe de seconde  |
| Place dans le programme | Thème 2 : L’entreprise hôtelière et son environnement commercial**A quelle demande l’entreprise hôtelière répond-elle ?**  |
| Supports exploités | * Publicités et sites Nespresso : <https://www.youtube.com/user/nespresso> et [https://www.nespresso.com/fr/fr/home](https://www.nespresso.com/fr/fr/home%22%20%5Ct%20%22_blank),
* Diaporama élève comportant la grille de questionnement
* Diaporama de correction
* Étude de cas d’application « Le Grand Hôtel du Lac »
* Article sur la clientèle séminaire ; pour exemple : <http://www.lenouveleconomiste.fr/lesdossiers/congres-et-seminaire-la-bonne-adresse-25939/>
 |
| Objectifs pédagogiques | - repérer et analyser les éléments du comportement du consommateur : besoins, motivations, freins…- comprendre que la connaissance de ce comportement est essentielle à la pérennité de l’entreprise  |
| Pré-requis | Notions de marché, d’offre et de demande… abordées dans le cadre de la question « Quels sont les marchés sur lesquels intervient l’entreprise hôtelière ? » de ce thème 2 |
| Notions | BesoinsMotivationsFreinscomportements |
| Durée séquence  | 3 heures |
| Organisation de la séquence | **Avant la séance :** demander aux élèves de faire une recherche sur la marque Nespresso**Étape 1 : (1 heure avec chaque demi-classe TD)*** **5 min / Vérification de la recherche,** par exemple à partir d’un quizz oral en début de séance**.**
* **5 min / Expliquer** aux élèves le but de la séquence : travail sur l’étude des besoins, motivations et freins du consommateur…
* **5 min / Regarder** ensembleune publicité Nespresso (pour exemple : [http://lareclame.fr/nespresso+george+clooney](http://lareclame.fr/nespresso%2Bgeorge%2Bclooney) ou [https://www.youtube.com/watch?v=M8RtUJwLl-s](https://www.youtube.com/watch?v=M8RtUJwLl-s" \t "_blank)) et fournir la grille de questionnement (diaporama élèves)
* **40 min / Travail par petits groupes** sur les diverses parties du thème qui seront abordées : les besoins, les motivations, les freins, la décision d’achat… pour un acheteur de capsules Nespresso :

à travers la publicité et d’autres recherches vidéos, inciter les élèves à répondre aux questions posées dans la grille de questionnement (diaporama élèves) afin de permettre l’émergence des notions à connaître et à savoir définir….**Étape 2 : (1 heure en classe entière)** * **5 min / Rappel de l’objectif** de la séquence et du travail réalisé en demi-classe
* **50 min / Mise en commun** des réponses aux questions en complétant le diaporama : à partir des réponses restituées par les groupes, la classe avec l’aide du professeur, complète le diaporama, corrige éventuellement les erreurs d’interprétation et découvre les termes et notions du cours.

**Étape 3 : (1 heure avec chaque demi-classe TD)*** **10 mn / rappel synthétisé** de l’objet de la recherche sur Nespresso et des principales notions étudiées lors des 2 heures précédentes
* **30 mn / Application** avec l’étude de cas « Le Grand Hôtel du Lac » : application des notions vues précédemment à une situation d’hôtellerie (clientèle séminaire)

A partir de la mise en situation hôtelière, retrouver les besoins, motivations, freins et comportement de la clientèle séminaire de l’hôtel.* **10 mn / correction de l’application** en insistant sur les notions qui sont plus difficiles à assimiler
 |
| Évaluation | L’évaluation ne se réalisera qu’au terme de l’étude de l’ensemble de la question « ***à quelle demande l’entreprise hôtelière répond-elle ?*** » et dans le cadre d’une mise en situation d’entreprise d’hôtellerie ou de restauration.  |
| Prolongement envisagé | Pour la suite et fin de la question ***« A quelle demande l’entreprise hôtelière répond-elle ? »*** :Prolongement de l’application « Le Grand Hôtel du Lac » :la mise en situation peut servir de base pour distinguer les différents types de consommateurs, quantifier l’activité d’une entreprise hôtelière et repérer les évolutions de la demande dans le secteur… |

**Mobilisation des capacités développées en AP :**

Adaptation des élèves aux exigences du lycée :

* Compléter un support de présentation (maîtrise des bases d’un outil de présentation)
* Lecture de documents divers et recherches documentaires (pyramide de Maslow…)

Acquérir des méthodes de travail :

* Travail en groupe
* Gestion du temps
* Méthodologie

**Ressources professeur :**

La pyramide de Maslow : vidéo « Les Jeudi d’Emilie » : <https://www.youtube.com/watch?v=PpUjn_sXP_A>

Vidéo complémentaire pour aborder éventuellement les freins :

prise en compte de l’environnement par Nespresso :

[http://videos.lexpress.fr/economie/business-et-sens/video-nespresso-clooney-fait-partie-de-notre-board-developpement-durable\_1686835.html?PMSRC\_CAMPAIGN=20150609185444\_24\_nl\_lentreprise\_zapping\_14251&xtor=EPR-5029-%5B20150609185444\_24\_nl\_lentreprise\_zapping\_14251\_0013RV%5D-20150610-%5BVoir\_0033XGI%5D-%5BRB2D106H0014PTP0%5D-20150610043200](http://videos.lexpress.fr/economie/business-et-sens/video-nespresso-clooney-fait-partie-de-notre-board-developpement-durable_1686835.html?PMSRC_CAMPAIGN=20150609185444_24_nl_lentreprise_zapping_14251&xtor=EPR-5029-%5B20150609185444_24_nl_lentreprise_zapping_14251_0013RV%5D-20150610-%5BVoir_0033XGI%5D-%5BRB2D106H0014PTP0%5D-20150610043200" \t "_blank)