



FILM



CONSEIL

PLAN MARKETING

Réalisé le 25 septembre 2005
par Michel MATTIUZZI – FAC Micro

SOMMAIRE

INTRODUCTION	1
MARCHÉS	1
MARCHÉ NO. 1	1
MARCHÉ NO. 2	1
AVANTAGES	1
AVANTAGE NO. 1	2
AVANTAGE NO. 2	2
OBJECTIFS	2
IMAGE DE LA DIVISION	2
CLIENTÈLE ATTITRÉE DES STUDIOS	2
CROISSANCE À LONG TERME DE LA PART DE MARCHÉ	3
COURBES DE CROISSANCE	3
COURBE DE CROISSANCE DE LA CONCURRENCE	3
COURBE DE CROISSANCE DE FILMCONSEIL	3
POSITION	3
PROGRAMMES DE MARKETING	3
ACTIONS PONCTUELLES	4
CONCLUSION	4



INTRODUCTION



La division FilmConseil de la firme Recherches Troyes¹ est le meilleur atout que possède cette société pour dominer le secteur des études de marché réalisées pour le compte de l'industrie cinématographique. Cette nouvelle division sera l'un des premiers organismes de recherche et d'analyse quantitatives de marché exclusivement orientés vers les producteurs de cinéma.

MARCHÉS

Nous envisageons deux marchés-cibles :

Marché no. 1

Celui des producteurs voulant mesurer l'attrait d'acteurs, d'actrices et d'extérieurs avant de commencer le tournage.

Marché no. 2

Celui des sociétés productrices qui veulent mesurer les réactions du public à des conclusions différentes de films déjà réalisés.

AVANTAGES

FilmConseil offre aux producteurs de cinéma deux avantages essentiels :

¹ SA au capital de 500 000 F



Avantage no. 1

Son objectivité et la possibilité de mesurer numériquement les résultats

Avantage no. 2

Sa compétence dans le domaine de l'étude et de l'analyse des marchés grand public

OBJECTIFS

Les objectifs suivants devront être réalisés en six à douze mois à partir de la date d'inauguration de FilmConseil comme division distincte. Dans certains cas, l'objectif devrait être réalisé avant même la formation de la division.

Image de la division

FilmConseil devra être considérée par le marché et la presse spécialisée du cinéma comme l'autorité la plus sûre en matière de recherche cinématographique. Attirez leur attention par un slogan du genre : "Succès assuré dès avant la première".

Clientèle attirée des studios

Obtenir, dans les six mois suivant la formation de FilmConseil, des acomptes de deux des dix studios les plus importants².

Obtenir, dans un délai de dix-huit mois, l'engagement de dix studios indépendants parmi les vingt-cinq studios les plus grands³

² Liste à définir

³ idem



CROISSANCE À LONG TERME DE LA PART DE MARCHÉ

Courbes de croissance

Courbe de croissance de la concurrence

	<i>Delta</i>	<i>Film Plus</i>	<i>La Centrale</i>	<i>Total</i>
<i>Chiffre</i>	200000	243000	190000	633000
<i>Part</i>	31,6%	38,39%	30,01%	100%

Courbe de croissance de FilmConseil

Au cours des trois prochaines années, FilmConseil pourrait conquérir jusqu'à 40 % du marché intérieur et 45 % du marché international.

Position

Puisque Troyes est déjà connue comme la première société d'études de marché grand public, nous pouvons construire la réputation de FilmConseil sur les recettes record - présentes et futures - aux guichets. FilmConseil vise ainsi essentiellement les producteurs ; mais la firme viserait aussi le secteur des propriétaires de salles de cinéma ("Le nom FilmConseil est synonyme de succès commercial").

Programmes de marketing

Voir supplément.



Actions ponctuelles

Pour augmenter la reconnaissance de la marque, nous organiserons dans les trois principales villes de France des conférences. Le planning de ces actions est donné ci-dessous

Paris

lieu

Novotel
12 place Maubert
75005 Paris
01 25 45 12 33

Date. et horaire

Mardi 10/11/98.
9 h à 12 h

Marseille

lieu

Hotel Concorde
Avenue du Prado
13000 Marseille
04 91 52 62 32

Date. et horaire

Mardi 17/11/98.
9 h à 12 h.

Lyon

lieu

Holiday Inn
233, Place du Rhône
69000 Lyon
04 56 21 35 69

Date. et horaire

Mardi 24/11/98.
10 h à 13 h.

CONCLUSION

Le plan Marketing présenté dans ce document est le fruit du travail de toute l'équipe de la division. Cependant, si des questions subsistent concernant une partie de ce plan, je reste à votre entière disposition. N'hésitez pas à me contacter au poste 44 19



INDEX

C

cinéma · 1, 2, 4

cinématographique · 1, 2

D

division · 2, 1, 2, 4

F

FilmConseil · 2, 1, 2, 3, 4

films · 1

M

marchés · 1, 2

Marketing · 4

marque · 4

P

producteurs · 1, 2, 4

public · 1, 2, 4

S

studios · 2, 3

T

Troyes · 1, 4