

Réseau PERT – Session 2003

Le contenu est fidèlement copié de l'annal 2003.

Partie 3 : Étapes de lancement de la nouvelle gamme « viviness »

Consciente de l'intérêt que porte actuellement le consommateur européen aux produits diététiques, l'entreprise souhaite proposer une gamme de produits enrichis ou appauvris en protéine, sucre, sel, fibres, vitamines ou gluten.

Afin de connaître les attentes de ses futurs prospects concernant les produits diététiques pour sportifs, la réalisation d'un questionnaire est en cours. Il est prévu d'administrer le questionnaire à la sortie des magasins de sport.

Un étudiant stagiaire, dont vous assurez le tutorat, a été chargé de réaliser le questionnaire dont il vous soumet le projet. Les questions sont numérotées de 1 à 15, aucune annexe explicative n'est prévue.

Les étapes du lancement de la nouvelle gamme de produits diététiques "Viviness" sont décrites en annexe 3.

a) Effectuez l'ordonnancement de ces tâches afin de déterminer le nombre de jours nécessaires pour ce projet. Vous visualiserez votre travail à l'aide de la méthode de votre choix.

b) Si l'entreprise souhaite lancer ce produit au plus tard le 1er avril 2004, quand faut-il débiter la recherche et le choix des nouveaux produits ? (vous prendrez des mois de 30 jours pour votre calcul)

ANNEXE 3 : ÉTAPES DE LANCEMENT DE LA NOUVELLE GAMME « VIVINESS »

TACHES	NATURE	DUREE (EN JOURS)	IMMEDIATEMENT PRECEDENTE(S)
A	Recherche et choix du produit (prototypes, tests,...)	50	-
B	Recherche société de communication	45	A
C	Choix des axes de la publicité générale	15	B
D	Recherche des axes de la Publicité sur Lieux de Vente	10	C
E	Négociation et référencement auprès des distributeurs	30	B
F	Recherche et choix du packaging	20	A
G	Envoi des premiers prototypes évolués aux testeurs	25	A
H	Campagne publicitaire régionale annonçant le lancement d'un nouveau produit	15	F
I	Formation des démonstrateurs sur lieux de vente	6	E, H
J	Envois de mailings ciblés annonçant le lancement d'un nouveau produit	6	G
K	Contrats presse	2	J
L	PLV. Afin de faire connaître l'arrivée des nouveaux produits de Wellness	6	D
M	Opération nationale soutenue par les diététiciens et sportifs en G.M.S. pour le lancement de la gamme des « thés santé » de Wellnes	1	I, K, L