

**Le personnel de la préfecture vous encourager !
« Projet d'aide au marketing pour le
développement de nouveaux produits » !
Politiques de qualité mises en œuvre au cours de
l'année 2017-2018 par les communes japonaises
avancées**



Préfecture d'Okayama

【Contexte】

Lorsqu'un nouveau produit est développé et commercialisé, le « marketing » prend de l'importance.

Les grandes entreprises ont souvent un système de marketing bien organisé, comme par exemple un service réservé à cette fin. Mais pour les petites et moyennes entreprises (PME), il est difficile d'en avoir un, pour des raisons financières et de ressources humaines. Selon une enquête effectuée par une entreprise privée de recherches, 64% des personnes chargées du marketing des PME ont répondu que le système de marketing de leur société était insuffisant. Au niveau national, les efforts pour le marketing ne sont toujours pas suffisants dans les PME. Nous pensons que cette tendance est plus remarquable dans les préfectures de province, comme la préfecture d'Okayama.

Dans ce contexte, comment peut-on encourager les PME de notre préfecture à s'impliquer dans le marketing ? A partir des idées de notre personnel, nous avons élaboré et mis en œuvre un projet d'aide.



Dégustation

【Objectif】

Nous faisons utiliser une salle de conférence par les entreprises pour qu'elles puissent organiser une dégustation de leurs produits auprès des employés de la préfecture, considérés comme les consommateurs. Ce qui facilite leur marketing.

En utilisant les « ressources matérielles et humaines existantes », soit l'installation de la « préfecture » et son « personnel », nous n'avons en principe pas besoin de dresser de budget. Cela nous permet de nous éloigner de l'idée « qu'il nous faut d'abord assurer un budget » (dans l'administration, il faut penser au budget premièrement pour réaliser une politique). Ainsi nous pouvons rapidement mettre un projet en œuvre. Cela signifie que cette méthode est très avantageuse au niveau du coût et de la rapidité. Pour les entreprises non plus, il n'est pas nécessaire de préparer de lieu, de réunir

des consommateurs, de remplir de formalités, etc. Ainsi, les PME ont facilement accès à l'« opinion des consommateurs » afin de la mettre en valeur pour le développement de nouveaux produits ou l'amélioration des produits existants.

【Aperçu】

Ce « projet d'aide au marketing pour le développement de nouveaux produits » consiste à faire effectuer une « enquête sur place » à la préfecture sur un(des) produit(s) alimentaire(s) ou une(des) boisson(s) afin de recueillir des données de références pour le développement d'un(des) nouveau(x) produit(s) ou l'amélioration d'un(de) produit(s) existant.

D'abord, une entreprise souhaitant faire une enquête présente une formule de demande auprès de la préfecture. Si le contenu de l'enquête est jugé pertinent, les représentants de l'entreprise discutent avec les personnes chargées de la préfecture, afin de fixer la date et les points sur lesquels l'entreprise souhaite obtenir des avis, tels que le goût, le conditionnement, etc. De plus, si l'entreprise le demande, le nombre de personnes soumises à l'enquête (au maximum 100 personnes) et leurs attributs tels que l'âge et le sexe peuvent être décidés lors de cette concertation. Ensuite, l'entreprise n'a plus qu'à effectuer, à la date fixée, la « dégustation » et l'« enquête » auprès des employés de la préfecture réunis à la salle de conférence de la préfecture. L'entreprise remporte les résultats de l'enquête afin de les analyser et de les utiliser pour le développement d'un(de) nouveau(x) produit(s) ou

l'amélioration d'un(de) produit(s) existant(s).

Nous avons adopté la méthode suivante : comme ce sont les employés de la préfecture qui sont interrogés, l'enquête doit être effectuée en principe durant la pause de midi pour ne pas déranger leur travail. Et les employés peuvent y participer librement. Nous ne demandons pas à l'entreprise de prendre en charge les frais de l'enquête mais elle doit prévenir elle-même le personnel nécessaire et préparer les produits dégustés ainsi que les ustensiles (les assiettes, les cure-dents, etc.). Nous avons fait en sorte que le projet soit le plus simple possible afin que les entreprises puissent facilement en profiter.

【Caractéristiques et points innovants】

Le « Projet d'aide au marketing pour le développement de nouveaux produits » a été lancé en octobre 2013. Il a été présenté à la télévision, aux journaux, ainsi que dans la presse locale, en tant qu'essai inédit.

Le nombre des employés ayant participé aux enquêtes a progressé en 4 ans pour s'élever fin septembre 2017 à 5 722 personnes au total. Ce nombre correspond à 2,5 fois le total des employés travaillant dans les départements et services du préfet, situés dans le bâtiment principal de la préfecture.

Nous pensons qu'il y a 4 raisons pour lesquelles ce projet a porté son fruit. 1. L'objet des enquêtes a été limité à des produits alimentaires et boissons. Cela devait inciter les employés à participer aux enquêtes. 2. La charge financière des entreprises a été limitée au minimum. 3. La charge des employés interrogés a pu être également limitée en faisant valoir la pause

de midi. 4. Une méthode simple a été adoptée.

Avant le lancement du projet, nous nous demandions s'il y aurait des employés prêts à participer aux enquêtes. Cependant, le pourcentage de participants par rapport au nombre de participants souhaités s'est élevé à 93 % grâce à l'utilisation de l'espace d'affichage sur la page web de la préfecture. Nous avons ainsi obtenu, pour la plupart des enquêtes effectuées, autant de réponses que l'entreprise souhaitait. Selon nos analyses, le fait que l'envergure des enquêtes a été maintenue et que le nombre des personnes interrogées a été limité à 100 personnes s'est traduit par l'augmentation du nombre de participants.

Une entreprise a observé : « Les employés de la préfecture écrivent sérieusement leur opinion sur la case de remarques du formulaire de l'enquête. Cela nous aide énormément. ». Nous n'avions pas anticipé ce commentaire positif.

Nous considérons que ces dégustations offrent également une très bonne occasion pour les employés de la préfecture de connaître les efforts des entreprises locales et leurs produits.



Visite de la presse

【Effets】

Après le lancement du « Projet d'aide au marketing pour le développement de nouveaux produits », plusieurs dégustations ont été organisées. L'objectif de l'enquête (le goût, le conditionnement, la cible, le prix, etc.) est différent selon les entreprises mais nous avons vu des cas où les résultats de l'enquête ont été mis à profit pour la commercialisation ou l'amélioration du produit.

Par exemple, lors de l'enquête sur le prototype d'un dessert confectionné en utilisant des pêches en provenance de la préfecture d'Okayama, différentes opinions ont été obtenues : « La quantité de pêches n'est pas suffisante », « Je ne sens pas suffisamment la pulpe de pêche », « Le conditionnement est trop éloigné de l'image de l'article », etc. Suivant ces opinions, l'entreprise a augmenté la quantité de pulpe de pêche. Elle a également perfectionné le conditionnement pour qu'il soit plus compréhensible. Elle a finalement obtenu la commercialisation du produit.

Autre exemple, un gâteau de soja noir en provenance de la préfecture d'Okayama. 99 employés sur 100 l'ont apprécié en disant qu'il « est délicieux ». Selon cette entreprise, après avoir eu cette appréciation, elle a changé la stratégie pour promouvoir activement le produit aux négociations commerciales afin de le commercialiser sur l'ensemble du pays. Par conséquent, ses clients ont doublé et un contrat a été signé avec une chaîne de supermarché de luxe qui déploie ses activités à l'échelle nationale. Son chiffre d'affaires a été également multiplié par plus

de dix par rapport à celui antérieur à l'enquête.

Courriel : marketing@pref.okayama.lg.jp

【Problèmes, défis et mesures à prendre】

C'est une bonne chose que le projet ait des résultats concrets mais l'essentiel est que ce projet permette d'augmenter le nombre des entreprises qui font activement du « marketing », très important pour les activités des entreprises. Nous souhaiterions améliorer le projet en écoutant différentes opinions afin qu'il soit plus efficace et que les entreprises puissent y participer plus facilement.

【Perspective】

On considère souvent la préfecture comme un endroit où les documents administratifs sont établis mais elle peut être utilisée d'une manière différente. Ce changement d'idée aurait conduit le projet au succès. Nous pensons que c'est le point clef de notre projet.

Nous souhaiterions continuer à essayer de trouver des projets prometteurs d'entreprises locales et à mettre en œuvre des projets d'aide efficaces qui répondent aux besoins des entreprises, en ne nous attachant pas trop à des idées reçues, des précédents et des budgets.

【URL de référence】

<http://www.pref.okayama.jp/page/352680.html>

【Coordonnées de l'établissement compétent】

Bureau du Marketing, Division de la Planification industrielle, Département de l'Industrie et du Travail, Préfecture d'Okayama

Numéro de téléphone : +81 86 226 7365