|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Chapitre 9 – L’analyse du marché et la stratégie commerciale**  **QCM** | | | |
| **Questions** | **Avant** | **Réponses** | **Apres** |
| Question 1  Le regroupement des clients par caractéristiques communes s’appelle |  | La catégorisation |  |
|  | La fidélisation |  |
|  | La clientélisation |  |
|  | La segmentation |  |
| Question 2  L’étude de l’offre correspond à |  | L’étude de la concurrence |  |
|  | L’étude de la clientèle |  |
|  | L’étude des produits |  |
| Question 3  L’étude de la demande correspond à |  | L’étude de la concurrence |  |
|  | L’étude de la clientèle |  |
|  | L’étude des produits |  |
| Question 4  Une étude de notoriété correspond à une étude |  | De l’offre |  |
|  | De la demande |  |
|  | Des deux |  |
| Question 5  Une étude de satisfaction correspond à une étude |  | De l’offre |  |
|  | De la demande |  |
|  | Des deux |  |
| Question 6  Le marché de produits **complémentaires** au marché précédent s’appelle |  | Générique |  |
|  | Principal |  |
|  | Support |  |
|  | Environnant |  |
| Question 7  Le marché qui réunit l’ensemble des produits satisfait par le produit principal |  | Générique |  |
|  | Principal |  |
|  | Support |  |
|  | Environnant |  |
| Question 8  Un marché sur lequel il y a quelques concurrents s’appelle un marché |  | Monopole |  |
|  | Oligopole |  |
|  | Concurrentiel |  |
|  | Oligosole |  |
| Question 9  Un non-consommateur absolu est un consommateur |  | Exigeant |  |
|  | Fidèle |  |
|  | Qui n’achètera jamais nos produits |  |
|  | Critique |  |
| Question 10  La mise en œuvre d’une stratégie identique pour tous les segments est une stratégie |  | Indifférenciée |  |
|  | Concentrée |  |
|  | Différenciée |  |
|  | Appliquée |  |
| Question 11  La personnalisation d’une stratégie par segment est une stratégie |  | Indifférenciée |  |
|  | Concentrée |  |
|  | Différenciée |  |
|  | Appliquée |  |