|  |
| --- |
| Chapitre 1 : Préparer, organiser et réaliser la prospection QCM |
| **Questions** | **Avant** | **Réponses** | **Après** |
| Question 1La mercatique regroupe les actions de |[ ]  Développement publicitaire |[ ]
|  |[ ]  Développement des cibles clients |[ ]
|  |[ ]  Développement des ventes |[ ]
| Question 2Un non-consommateur absolu est un consommateur  |[ ]  Exigeant |[ ]
|  |[ ]  Fidèle |[ ]
|  |[ ]  Qui n’achètera jamais nos produits |[ ]
|  |[ ]  Critique |[ ]
| Question 3Une personne que l’on peut convaincre de passer à l’acte d’achat est  |[ ]  Un consommateur absolu |[ ]
|  |[ ]  Un non consommateur absolu |[ ]
|  |[ ]  Un consommateur relatif |[ ]
|  |[ ]  Un non consommateur relatif |[ ]
| Question 4Le regroupement des clients par caractéristiques communes s’appelle |[ ]  La catégorisation |[ ]
|  |[ ]  La fidélisation |[ ]
|  |[ ]  La clientélisation |[ ]
|  |[ ]  La segmentation |[ ]
| Question 5La segmentation par la valeur est une segmentation |[ ]  Sur l’utilisation du bien |[ ]
|  |[ ]  Sur la valeur du bien |[ ]
|  |[ ]  Sur le Chiffre d’affaires |[ ]
| Question 6Chasser l’intrus en matière de segmentation |[ ]  Implantation |[ ]
|  |[ ]  Revenu |[ ]
|  |[ ]  Habitat |[ ]
|  |[ ]  CSP |[ ]
|  |[ ]  Canal de distribution |[ ]
| Question 7La mise en œuvre d’une stratégie identique pour tous les segments est une stratégie |[ ]  Indifférenciée |[ ]
|  |[ ]  Concentrée |[ ]
|  |[ ]  Différenciée |[ ]
|  |[ ]  Appliquée |[ ]
| Question 8La personnalisation d’une stratégie par segment est une stratégie |[ ]  Indifférenciée |[ ]
|  |[ ]  Concentrée |[ ]
|  |[ ]  Différenciée |[ ]
|  |[ ]  Appliquée |[ ]
| Question 9Chasser l’intru de cette liste de variables endogène |[ ]  Age |[ ]
|  |[ ]  Famille |[ ]
|  |[ ]  Croyance |[ ]
|  |[ ]  Culture |[ ]
|  |[ ]  Concept de soi |[ ]
| Question 10Chasser l’intrus de cette liste de variables exogène |[ ]  Age |[ ]
|  |[ ]  Famille |[ ]
|  |[ ]  Croyance |[ ]
|  |[ ]  Culture |[ ]
|  |[ ]  Concept de soi |[ ]