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