

# Comportement du consommateur

## Feuille de route 7 Conclusions et stratégies

### Travail théorique

#### **La culture et la consommation Le processus de décision et la satisfaction**

#### **La culture et la consommation**

Lecture : C.C., Chap. 8,  
p. 274 à p. 278  
p. 289 (à partir de « Les normes ») à p. 306 (jusqu'à « Les problèmes  
méthodologiques »)  
Questions : 1 – 15 – 16 – 21 — 24

#### **Le processus de décision et la satisfaction**

Lecture : C.C., Chap. 6, Voir Marketing 1, le modèle.

### Travail de session

#### **10. Les grandes conclusions**

Quelles sont les grandes conclusions de votre étude concernant votre produit et votre consommateur?

#### **Conclusions du groupe de discussion**

Quelles sont les grandes conclusions que vous pouvez formuler à partir de votre groupe de discussion?

Quels sont les faits majeurs concernant cette étude?

Le profil type de votre consommateur a-t-il changé? Si oui, définissez les principaux changements.

Pour tirer ces grandes conclusions, reprenez chacun des blocs et inscrivez ce que vous retenez de plus important.

#### **11. Les stratégies de marketing**

Que conservez-vous des stratégies actuelles? Qu'est-ce que vous apportez de nouveau?

Il vous reste maintenant à élaborer vos stratégies de marketing basées sur les éléments du mix marketing.

À partir des données secondaires et à partir de votre groupe de discussion, quelles sont les stratégies de marketing que vous conserverez? Quelles sont les nouvelles stratégies marketing que vous aimeriez apporter à votre produit et à votre marque? Accordez davantage l'attention sur les stratégies de communication avec le marché.