

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.