Vrai/Faux

1. Faux
2. Vrai
3. Vrai
4. Faux
5. Faux (4)
6. Vrai
7. Vrai
8. Vrai
9. Vrai
10. Vrai
11. Vrai
12. Faux

Le challenge de la redoute :

1. Une cible est un ensemble d'acheteurs et d'acteurs potentiels, que l'on cherche à conquérir et/ou à fidéliser par des actions marketing, après avoir réalisé une segmentation.

Un prescripteur est un tiers, qui influence de manière plus ou moins forte le comportement ou les décisions d'un autre agent économique au travers du processus d'achat.

1. Produit : La Redoute propose une large gamme de produits dans les catégories de la mode, de la maison et de la décoration. La marque collabore également avec des designers et des créateurs pour proposer des collections exclusives. Les produits sont proposés en différentes tailles, couleurs et styles pour s'adapter aux préférences des consommateurs.

Prix : La Redoute adopte une stratégie de tarification compétitive pour attirer les clients. La marque propose également des promotions régulières tout au long de l'année, ainsi que des remises pour les membres de son programme de fidélité. Les prix varient en fonction des gammes de produits, allant des options plus abordables aux produits de luxe.

Promotion : La Redoute utilise une variété de canaux promotionnels pour attirer les clients, notamment des publicités télévisées, des campagnes de marketing en ligne, des e-mails marketing et des événements de vente. La marque met également l'accent sur l'expérience client, en offrant des guides d'achat, des astuces de style et un service client personnalisé.

Place : La Redoute vend ses produits principalement en ligne, via son site web et son application mobile. La marque dispose également de boutiques physiques en France pour offrir une expérience d'achat en magasin à ses clients. La Redoute collabore également avec des partenaires de vente en ligne tels que Amazon pour étendre sa portée.

4P Jean Levis : C’est qui Jean ? kamoulox

Produit :

* Jeans emblématique (ex : Levi’s 501)
* Intemporel => Toujours à la mode
* marque qui fait ref
* produit haut de gamme pour le consommateur moyen

Prix :

* 110~150€
* un peu plus cher que la concurrence mais dans la marge acceptable lié à la marque et à la qualité (vrai jean)

Promotion

* levis strauss un des créateur du jean -> effet de confiance lié à l’exp
* réductions quasi permanente sur leur site pour les étudiants
* Collaboration avec des influenceurs

Placement

* Distribué dans le monde entier
* Grande surface du vêtement (CCV, etc)
* Boutiques Levi’s (distribution sélective)

Produit : Les jeans Levi's sont emblématiques et sont devenus synonymes de qualité et de style. La marque est réputée pour sa fabrication solide, ses matériaux de haute qualité et son souci du détail. Les jeans Levi's proposent une large gamme de coupes, allant des modèles ajustés et droits aux modèles évasés et larges, pour répondre aux préférences individuelles des consommateurs. De plus, les jeans Levi's sont disponibles dans une variété de lavages, du denim brut classique aux délavages vintage et aux finitions détaillées. Cette diversité de choix permet aux consommateurs de trouver le jean qui correspond à leur style et à leur morphologie.

Prix : Les jeans Levi's sont positionnés dans une fourchette de prix supérieure, ce qui reflète à la fois la qualité de fabrication et la renommée de la marque. Levi's a su se positionner comme une marque premium dans l'industrie du denim grâce à son héritage et à sa réputation bien établie. Les consommateurs sont prêts à investir dans des jeans Levi's en raison de leur durabilité, de leur ajustement confortable et de leur style intemporel. La marque propose également des collections spéciales et des éditions limitées qui peuvent être proposées à des prix plus élevés en raison de leur exclusivité.

Promotion : La promotion des jeans Levi's est axée sur leur histoire et leur identité iconique. La marque met en avant son héritage américain et son rôle dans la culture populaire depuis sa création en 1853. Les campagnes publicitaires de Levi's mettent en valeur le caractère authentique et l'esprit de liberté associés à la marque. Les publicités télévisées, les annonces imprimées et les campagnes numériques mettent en scène des personnes de tous horizons portant des jeans Levi's dans des environnements urbains, ruraux et de plein air. De plus, Levi's collabore souvent avec des célébrités, des musiciens et des influenceurs pour renforcer sa visibilité et attirer l'attention des consommateurs.

Place : Les jeans Levi's sont distribués à travers différents canaux de vente pour atteindre un large public. La marque exploite un réseau de magasins physiques Levi's, où les clients peuvent découvrir la gamme complète des jeans et bénéficier de conseils personnalisés. En dehors des magasins de la marque, les jeans Levi's sont également disponibles dans des grands magasins, des détaillants de vêtements, des sites de commerce électronique et des boutiques spécialisées dans le denim. Cette stratégie omnicanale permet à Levi's de toucher différents segments de consommateurs et de garantir une accessibilité maximale à ses produits, quels que soient leurs préférences d'achat.