

# Banque de Questions - Marketing

**Q1. Quelle est la définition du marketing selon Kotler ?**

Identifier et satisfaire les besoins humains et sociaux. (Bloc 1)

**Q2. Quelles sont les trois missions principales du marketing ?**

Comprendre les besoins, créer une offre adaptée, faciliter l'échange et la vente. (Bloc 1)

**Q3. Différence entre projet Push et Pull ?**

Push = basé sur la technologie, Pull = basé sur la demande du marché. (Bloc 1)

**Q4. Quelles sont les limites du marketing ?**

1) Insatisfaction du consommateur. 2) Développement du mouvement consumérisme. 3) Intervention nécessaire des pouvoirs publics. 4) Position dominante des distributeurs. (Bloc 1)

**Q5. Quels sont les grands objectifs du marketing ?**

Attirer, fidéliser, améliorer l'image de marque, augmenter ventes et parts de marché, impliquer employés. (Bloc 2)

**Q6. Pourquoi la fidélisation est-elle plus rentable que l'acquisition ?**

Car garder un client coûte moins cher que d'en attirer un nouveau. (Bloc 2)

**Q7. Quels sont les quatre champs d'action du marketing ?**

Marché, Client, Entreprise, Processus d'achat. (Bloc 3)

**Q8. Quelles sont les cinq étapes du processus d'achat ?**

Identification du besoin, recherche d'information, évaluation des alternatives, décision d'achat, évaluation post-achat. (Bloc 3)

**Q9. Différence marché B2C et B2B ?**

B2C = particuliers, B2B = entreprises. (Bloc 3)

**Q10. Différence besoin / désir / demande ?**

Besoin = vital, Désir = culturel/sociétal, Demande = désir + pouvoir d'achat. (Bloc 4)

**Q11. Quels sont les 8 profils de demande ?**

Négative, Absente, Latente, Déclinante, Irrégulière, Soutenue, Excessive, Indésirable. (Bloc 4)

**Q12. Quels sont les principaux types de marchés ?**

B2C, B2B, Marchés publics, Internationaux, Physiques, Virtuels, Métamarchés. (Bloc 5)

**Q13. Donne un exemple de marché virtuel.**

Amazon, eBay. (Bloc 5)

**Q14. Quels sont les 4P du mix marketing ?**

Produit, Prix, Place (distribution), Promotion (communication). (Bloc 6)

**Q15. Quelles sont les stratégies de prix ?**

Pénétration (prix bas), Écrémage (prix élevé), Alignement (prix concurrentiel). (Bloc 6)

**Q16. Qu'est-ce que le prix psychologique ?**

Prix que les consommateurs sont prêts à payer. (Bloc 6)

**Q17. Quelles sont les trois formes de packaging ?**

Primaire, Secondaire, Tertiaire. (Bloc 6)

**Q18. Exemple de packaging secondaire ?**

Cageot de bière, pack de 6 bouteilles. (Bloc 6)

**Q19. Quels sont les trois objectifs de la communication marketing ?**

Cognitif (informer), Affectif (séduire), Conatif (inciter à agir). (Bloc 6)

**Q20. Quels sont les moyens de communication ?**

Publicité, promotion, sponsoring, relations publiques. (Bloc 6)

**Q21. Qu'est-ce que la segmentation ?**

Découpage du marché en groupes homogènes. (Bloc 7)

**Q22. Donne 3 critères de segmentation.**

Géographique, Socio-démographique, Comportementale. (Bloc 7)

**Q23. Qu'est-ce que le ciblage ?**

Choisir le(s) segment(s) que l'entreprise veut servir. (Bloc 7)

**Q24. Qu'est-ce que le positionnement ?**

Place unique occupée par le produit dans l'esprit du consommateur. (Bloc 7)

**Q25. Que signifie SWOT ?**

Strengths (Forces), Weaknesses (Faiblesses), Opportunities, Threats (Menaces). (Bloc 8)

**Q26. Que signifie PESTEL ?**

Politique, Économique, Sociologique, Technologique, Écologique, Légal. (Bloc 8)

**Q27. Quels sont les 3 grands facteurs qui influencent l'achat ?**

Socioculturels, Personnels, Psychologiques. (Bloc 9)

**Q28. Cite 3 types de motivations d'achat.**

Hédonistes (plaisir), Oblatives (altruisme), Auto-expression (statut). (Bloc 9)

**Q29. Quels sont les 5 types d'achats ?**

Routinier, Réfléchi, Impulsif, Compulsif, Addictif. (Bloc 9)

**Q30. Qu'est-ce qu'une marque ?**

Image + promesse + associations mentales liées à une entreprise ou produit. (Bloc 10)

**Q31. Différence entre médias payés, possédés et gagnés ?**

Payés = pub/sponsoring, Possédés = site web/réseaux sociaux, Gagnés = bouche-à-oreille/presse gratuite. (Bloc 10)

**Q32. Qu'est-ce que la valeur perçue ?**

Rapport entre bénéfices attendus et coûts perçus par le client. (Bloc 10)

**Q33. Quand un client est-il satisfait ?**

Quand la performance perçue  $\geq$  attentes initiales. (Bloc 10)