

[Accueil](#) / [Mes cours](#) / [MARK](#) / [Sections](#) / [MARKETING 19/06/2023](#) / [QCM MARKETING \(Fr\)](#)

Commencé le Monday 19 June 2023, 10:46

État Terminé

Terminé le Monday 19 June 2023, 10:56

Temps mis 10 min 4 s

Note 25,25 sur 30,00 (84,17%)

Question **1**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Le concept de « parcours client » permet principalement de **(une seule réponse)**:

- ☒ a. Établir les étapes clé par lesquelles un client type passe dans un processus d'achat ou dans l'expérience d'un produit. ✓
- ☐ b. Diagnostiquer le problème à résoudre
- ☐ c. Mettre en place la stratégie de communication
- ☐ d. Simplifier la démarche générale de marketing

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Établir les étapes clé par lesquelles un client type passe dans un processus d'achat ou dans l'expérience d'un produit.

Question **2**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Vous devez sélectionner le slogan qui exprime correctement la proposition de valeur d'une start.up qui a développé un assistant à reconnaissance vocale, lequel écoute les réunions en entreprise, puis retranscrit les contenus en version synthétique en texte, les envoie par mail, permettant un gain de temps et d'efficacité pour les professionnels. Une seule bonne réponse.

- ☐ a. L'entreprise en mode coworking
- ☐ b. Apporter de l'intelligence au monde de l'entreprise
- ☐ c. Le futur est possible
- ☒ d. Rendre vos réunions plus efficaces ✓

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Rendre vos réunions plus efficaces

Question **3**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Lequel des éléments suivants n'est pas un composant du Business Model Canvas ?

- ☐ a. Les partenaires clefs
- ☐ b. La relation Client
- ☒ c. La réglementation ✓
- ☐ d. Un moyen pour chercher des financements

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

La réglementation

Question **4**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Qu'est ce qui définit le mieux la composante « Canaux » du Business Model Canvas ?

- ☐ a. Les moyens de communication utilisés pour atteindre les différents segments de client
- ☒ b. Les méthodes avec lesquelles on atteint chaque segment de client ✓
- ☐ c. Le moyen de commercialisation ou de vente qui rapporte le plus d'argent
- ☐ d. Un canal de médiatisation

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Les méthodes avec lesquelles on atteint chaque segment de client

Question **5**

Partiellement correct

Note de 0,50 sur 1,00

Faire un plan marketing sert à **(plusieurs bonnes réponses)**

- ☒ a. Établir les priorités marketing, les objectifs, les cibles, les moyens disponibles, les opérations prévues, les critères de succès et le calendrier de réalisation des activités ✓
- ☐ b. Garantir le succès d'un lancement de produit
- ☐ c. Optimiser les ressources de l'entreprise dans la phase de commercialisation
- ☐ d. Développer de nouvelles idées pour l'expérience utilisateur

Votre réponse est partiellement correcte.

Vous en avez sélectionné correctement 1.

Les réponses correctes sont :

Établir les priorités marketing, les objectifs, les cibles, les moyens disponibles, les opérations prévues, les critères de succès et le calendrier de réalisation des activités,

Optimiser les ressources de l'entreprise dans la phase de commercialisation

Question **6**

Partiellement correct

Note de 0,50 sur 1,00

Etudier le comportement des clients/consommateurs permet : **(plusieurs réponses possibles)**

- ☐ a. D'optimiser sa politique de communication
- ☐ b. D'évaluer les coûts de production
- ☒ c. De connaître les freins et les motivations à l'achat ✓
- ☒ d. De comprendre le parcours décisionnel ✓
- ☐ e. D'identifier les profils cibles

Votre réponse est partiellement correcte.

Vous en avez sélectionné correctement 2.

Les réponses correctes sont :

D'identifier les profils cibles,

De comprendre le parcours décisionnel,

D'optimiser sa politique de communication,

De connaître les freins et les motivations à l'achat

Question **7**

Incorrect

Note de 0,00 sur 1,00

L'analyse des profils des cibles sert principalement à **(sélectionner la mauvaise réponse)**

- ☐ a. Comprendre qui sont les prospects et les clients
- ☐ b. Attendre le bon moment pour lancer son produit ou sa start.up
- ☐ c. Savoir comment toucher les consommateurs
- ☒ d. Comprendre les attentes des consommateurs ❌

Votre réponse est incorrecte.

La réponse correcte est :

Attendre le bon moment pour lancer son produit ou sa start.up

Question **8**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Les activités clefs du Business Model Canvas doivent comporter :

- ☐ a. Les options stratégiques possibles de l'entreprise
- ☒ b. Les activités qui amènent à la création de la valeur proposée ✔️
- ☐ c. Une analyse fondée sur le SWOT de l'entreprise
- ☐ d. Les démarches nécessaires à la création de l'entreprise

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Les activités qui amènent à la création de la valeur proposée

Question **9**

Incorrect

Note de 0,00 sur 1,00

La « benefit ladder » (l'échelle des bénéfices) pour le consommateur sert à hiérarchiser les différents types de bénéfices que l'on peut offrir et communiquer aux consommateurs. L'un de ces bénéfices ne s'applique pas. Lequel?

- ☐ a. Bénéfice monétaire
- ☒ b. Bénéfice émotionnel ❌
- ☐ c. Bénéfice fonctionnel

Votre réponse est incorrecte.

La réponse correcte est :

Bénéfice monétaire

Question **10**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Les « Pain Points » (points de souffrance) constituent un des éléments importants de l'analyse marketing. Sélectionner leur définition correcte.
(Une seule bonne réponse)

- ☐ a. Les « Pain Points » sont des étapes dans le parcours consommateurs
- ☐ b. Les « Pain Points » sont des éléments d'analyse inventés par les spécialistes des réseaux sociaux
- ☐ c. Les « Pain Points » résument les objectifs de communication
- ☒ d. Les « Pain Points » reflètent des irritants, des points de friction, des désagréments : les Pain Points génèrent des insatisfactions chez les clients, prospects ou utilisateurs ✓

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Les « Pain Points » reflètent des irritants, des points de friction, des désagréments : les Pain Points génèrent des insatisfactions chez les clients, prospects ou utilisateurs

Question **11**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Quelles sont les bonnes définitions parmi les propositions suivantes ? **(Plusieurs bonnes réponses)**

- ☒ a. BtoG = Business to Government ✓
- ☐ b. BtoB = Business to Borders
- ☒ c. BtoC = Business to Consumer ✓
- ☐ d. BtoBtoC = Business to Business to Consors

Votre réponse est correcte.

Les réponses correctes sont :

BtoC = Business to Consumer,

BtoG = Business to Government

Question **12**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

La compréhension des cibles est un élément qui repose principalement sur **(une bonne réponse)**

- ☐ a. Des simulations de croissance
- ☒ b. Les études de marché quantitatives et qualitatives ✓
- ☐ c. L'analyse concurrentielle
- ☐ d. Le diagnostic de performance de l'entreprise

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Les études de marché quantitatives et qualitatives

Question **13**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Une marque forte en notoriété « Top of Mind » reflète **(une seule bonne réponse)**

- ☐ a. Une réalité de marque premium dans son marché
- ☐ b. Une information rarement utilisée dans le marketing moderne
- ☐ c. Le fait que cette marque comprend bien l'esprit de ses consommateurs
- ☒ d. Une position enviable qui reflète en général son leadership ✓

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Une position enviable qui reflète en général son leadership

Question **14**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

La segmentation client est **(une seule bonne réponse)**

- ☐ a. Plutôt à éviter pour ne pas compliquer inutilement le travail de marketing
- ☒ b. Utilisée dans le travail de compréhension des marchés ✓
- ☐ c. Pensée pour éviter de faire des erreurs de stratégie
- ☐ d. Utilisée de façon variable selon les types de marchés

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Utilisée dans le travail de compréhension des marchés

Question **15**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Sélectionnez le critère qui ne s'applique pas (**une seule bonne réponse**)

- ☒ a. Les marques sans promesse sont plus performantes car elles sont libres de leurs choix ✓
- ☐ b. La marque simplifie le choix du consommateur
- ☐ c. Une marque peut porter plusieurs produits
- ☐ d. La personnalité de marque est un élément important dans la construction d'une marque

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Les marques sans promesse sont plus performantes car elles sont libres de leurs choix

Question **16**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Qu'est ce que la notoriété spontanée en marketing? Sélectionnez la question qui permet de la mesurer.

- ☐ a. Avant d'acheter un produit, vous assurez-vous de bien le connaître ?
- ☐ b. Si plusieurs produits sont à prix égal dans un marché donné, indiquez celui qui aurait votre préférence
- ☐ c. Si vous hésitez entre 2 produits, indiquez celui que vous connaissez le mieux
- ☒ d. Si vous pensez à une catégorie, quelle est la marque, ou quelles sont les marques que vous connaissez, ne serait-ce que de nom? ✓

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Si vous pensez à une catégorie, quelle est la marque, ou quelles sont les marques que vous connaissez, ne serait-ce que de nom?

Question **17**

Partiellement correct

Note de 0,25 sur 1,00

L'étude des Persona est utile à **(sélectionner toutes les bonnes réponses)**

- ☐ a. La communication
- ☐ b. La stratégie de choix de média
- ☐ c. La stratégie de différenciation
- ☒ d. L'élaboration de la stratégie marketing ✓

Votre réponse est partiellement correcte.

Vous en avez sélectionné correctement 1.

Les réponses correctes sont :

La communication,

L'élaboration de la stratégie marketing,

La stratégie de différenciation,

La stratégie de choix de média

Question **18**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Il est généralement correct de dire que les réseaux sociaux ont considérablement enrichi les capacités de ciblage dans les stratégies média

Veuillez choisir une réponse.

- ☒ Vrai ✓
- ☐ Faux

A. Vrai

La réponse correcte est « Vrai ».

Question **19**

Incorrect

Note de 0,00 sur 1,00

Lequel de ces KPIs n'est pas un KPI utilisé en marketing ou en communication **(une seule bonne réponse)**

- ☐ a. Le taux de notoriété
- ☐ b. Le taux d'usure
- ☐ c. Le taux d'engagement
- ☒ d. Le taux de pénétration ✗

Votre réponse est incorrecte.

La réponse correcte est :

Le taux d'usure

Question **20**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Vous vous occupez du marketing d'une start.up qui a développé une app qui permet de mesurer votre empreinte carbone. Vous mettez en place une stratégie marketing qui va s'adresser prioritairement à :

- ☒ a. Ceux qui sont sensibles à la cause environnementale ✓
- ☐ b. Ceux qui font de l'exercice physique uniquement lorsque l'indice de pollution de l'air est faible
- ☐ c. Ceux qui ne s'intéressent pas au sujet afin de les éduquer à l'empreinte carbone
- ☐ d. Ceux qui refusent de croire qu'il y a un enjeu écologique afin de les convaincre qu'ils se trompent

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Ceux qui sont sensibles à la cause environnementale

Question **21**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Vrai ou faux: pour Porter, les économies d'échelle c'est l'étalement des frais fixes et investissements sur davantage d'unités produites

Veuillez choisir une réponse.

- ☒ Vrai ✓
- ☐ Faux

A. Vrai

La réponse correcte est « Vrai ».

Question **22**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Dans la démarche marketing, on doit (**une seule bonne réponse**)

- ☐ a. Avoir une démarche séquentielle appuyée par l'intelligence artificielle
- ☐ b. Privilégier la compréhension des cibles à la compréhension de l'offre des concurrents
- ☒ c. Avoir une démarche équilibrée qui passe en revue les acteurs du marché, l'environnement, les moyens d'action, les opportunités et les contraintes permettant de guider les actions à entreprendre ✓
- ☐ d. Privilégier l'établissement du modèle économique à la stratégie publicitaire parce que c'est ce qui permet d'être rentable

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Avoir une démarche équilibrée qui passe en revue les acteurs du marché, l'environnement, les moyens d'action, les opportunités et les contraintes permettant de guider les actions à entreprendre

Question **23**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Que doit on adresser dans la composante « Relation Client » Business Model Canvas ?

- ☐ a. La base de données de vos prestataires et fournisseurs
- ☒ b. La stratégie de communication que vous aurez avec vos clients et votre stratégie de fidélisation des clients ✓
- ☐ c. Les moyens de paiement que vos clients vont utiliser
- ☐ d. Un produit ou service particulier dédié à un segment de client

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

La stratégie de communication que vous aurez avec vos clients et votre stratégie de fidélisation des clients

Question **24**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Le ciblage marketing consiste à **(une bonne réponse)**

- ☐ a. Prioriser les prospects aux clients fidèles
- ☐ b. Prioriser les clients fidèles pour leur vendre plus
- ☐ c. Choisir des profils variés pour augmenter les chances de réussir sa stratégie
- ☒ d. Choisir les segments de marché auxquels l'entreprise décide de vendre ses produits ✓

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Choisir les segments de marché auxquels l'entreprise décide de vendre ses produits

Question **25**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

A quoi correspondent les 4 P du marketing Mix?

- ☐ a. Produit, Preuve, Partenariats, Prix
- ☒ b. Product, Price, Promotion, Place ✓
- ☐ c. Produit, Production, Publicité, Public Cible
- ☐ d. Produit, Prix, Communication, Canaux de distribution

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Product, Price, Promotion, Place

Question **26**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Lequel n'est pas un objectif direct de l'analyse concurrentielle ?

- ☒ a. Évaluer le chiffre d'affaires potentiel ✓
- ☐ b. Inventorier les forces et faiblesses de chacun des concurrents
- ☐ c. Donner des informations en matière de besoins de différenciation
- ☐ d. Identifier les opportunités de positionnement de la marque

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Évaluer le chiffre d'affaires potentiel

Question **27**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

La structure de coûts Business Model Canvas doit répondre à la question :

- ☒ a. Quels sont les coûts nécessaires à la création de la valeur ? ✓
- ☐ b. Quelles sont les charges de l'entreprise ?
- ☐ c. Quel est le coût de vente de votre produit/service ?
- ☐ d. Quel est le revenu que l'entreprise va générer ?

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Quels sont les coûts nécessaires à la création de la valeur ?

Question **28**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Découvrir les « insights consommateur » est essentiel parce que **(une seule bonne réponse)**

- ☐ a. Ils servent à calculer le ROI (Return On Investment) du projet
- ☒ b. Ils permettent de guider la création ou l'amélioration de l'offre, la mise en marché et la communication ✓
- ☐ c. Ils garantissent le succès
- ☐ d. Ils sont un futur rouage essentiel pour le développeur informatique

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Ils permettent de guider la création ou l'amélioration de l'offre, la mise en marché et la communication

Question **29**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Le rôle du Business Model Canvas est :

- ☒ a. Celui d'un outil qui présente et visualise le Business Model ✓
- ☐ b. D'aider à définir le modèle économique de l'entreprise
- ☐ c. Un moyen pour chercher des financements
- ☐ d. De faciliter le développement des stratégies de ciblage de l'entreprise

Votre réponse est correcte.

La réponse correcte est :

Celui d'un outil qui présente et visualise le Business Model

Question **30**

Correct

Note de 1,00 sur 1,00

Vrai ou faux: les Facteurs Clés de Succès sont les éléments à maîtriser en priorité pour surpasser la concurrence)

Veuillez choisir une réponse.

- ☒ Vrai ✓
- ☐ Faux

A. Vrai

La réponse correcte est « Vrai ».

[← Annonces](#)

Aller à...

[MCQ MARKETING \(Eng\) ►](#)