

1) Stratégies et marketing

- Produit ph 1 ————— ph2 ————— Ph3 -la qualité baisse.
- Prix " " "
- distribution-selective en 1^{er} phase élargie en 2eme phase
- publicité " " "
- promo phase 1 pas de promo —————> phase 2 ~~pas de~~ promo
- profil de l'acheteur: leader suiveur imitateur retardateur

La promotion dans un reseau de distribution nuit à l'image du produit, donc au producteur.

LES ETUDES: serv du marketing, produit, com.....

- Qualitatif: entretiens en profondeur.

: brainstorming.

ETUDE DE MARCHE/ETUDE DE PRODUIT-----COUPLE PRODUIT/MARCHE/MARCHE POTENTIEL

- Définitions des objectifs et études.
- Problématique (poser les problèmes sous forme de question et les triturer)
- Population (entreprise, ménage) déterminé l'échantillon, profil de l'acheteur.

(l'enquête, questionnaire, dépouillement, et traitement) recommandation.

48% pour les hommes, 52% pour les femmes.

-15 ans/15%=80% 15ans/25ans=20%

2) La stratégie de Marketing

- composante d'une stratégie de publicitaire
- Produit
- Positionnement (Façon dont le consommateur s'y identifie)
- Promesse de vente
- cible