

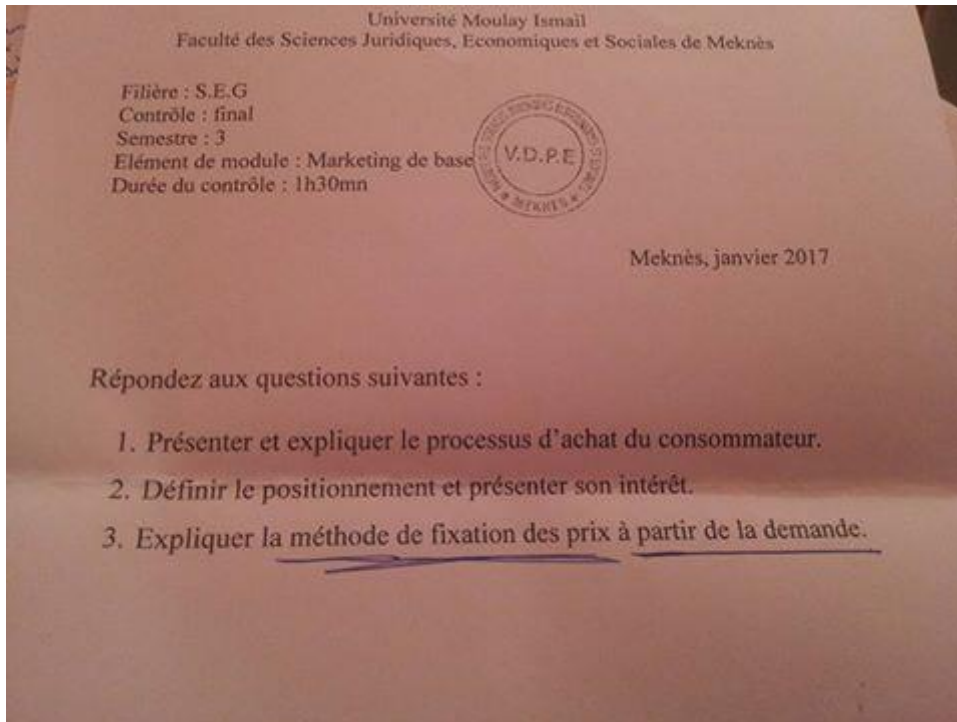
2017

Marketing de base

Examen final – 2016-2017 | EG3

Cours Assuré par M.





② - Le positionnement et la position qu'occupe le produit ou la marque dans l'esprit du consommateur par rapport ~~aux concurrents~~ à la concurrence.

son intérêt : Le choix de bon positionnement assure la différenciation par rapport ~~aux concurrents~~ aux concurrents.

③ - Le processus d'achat ~~est~~ généralement ~~concerné~~ seulement l'achat réfléchi du consommateur. Avant de la présentation des étapes de ce processus on va définir cette achat.

L'achat réfléchi ~~est~~ est une achat avec une grande somme d'argent pour le consommateur par exemple l'achat d'une voiture...

Le processus d'achat se traduit par les étapes suivantes :

- La reconnaissance de problème : c'est le consommateur doit savoir son problème qu'on va destiner au marché.
- Recherche d'information : le consommateur doit être intelligent et savoir les informations sur le produit qui l'est nécessaire.
- Evaluation des possibilités : Le ^{consommateur} doit amé

- La reconnaissance de problème : c'est le consommateur doit savoir son problème avant de destiner au marché.
- Recherche d'information : le consommateur doit être intelligent et savoir des informations sur le produit qui l'est nécessaire.
- Evaluation des possibilités : Le C^{on} doit connaître son capacité et son pouvoir d'achat pour selon l'évolution du marché et des produits.
- Achat : L'achat des produits nécessaire.
- Evaluation des post - Achat : signifie que si le C^{on} satisfait il veut réacheter le produit, si non il est insatisfait il doit revenir la acheter.