Réponses correctes avec justifications

Question 1 : Qu'appelle-t-on l'attitude du consommateur ?

Réponse correcte : B

Justification : L'attitude du consommateur représente son évaluation globale, positive ou négative, à l'égard d'un produit, d'une marque ou d'un service. Elle repose notamment sur ses croyances, ses sentiments et ses intentions comportementales.

Question 2 : Comment les clients influencent-ils le micro-environnement marketing d'une entreprise ?

Réponse correcte : C

Justification : Les clients occupent une place centrale dans le micro-environnement de l'entreprise. Leurs besoins, leurs attentes, leurs préférences et leurs comportements d'achat influencent directement les décisions marketing, notamment en matière de prix, de produit, de distribution et de communication.

Question 3 : Quelle est la différence entre le besoin et le désir dans le contexte du comportement du consommateur ?

Réponse correcte : B

Justification :

- Le besoin correspond à un sentiment de manque ou à une tension intérieure que l'individu cherche à satisfaire.
- Le désir représente la manière particulière dont l'individu souhaite satisfaire ce besoin, souvent influencée par la culture, l'expérience et l'environnement.

Exemple : La faim est un besoin, tandis que le souhait de manger une pizza est un désir.

Question 4 : Que suggère la théorie de la motivation du consommateur ?

Réponse correcte : D

Justification : La théorie de la motivation considère que les consommateurs sont guidés par différents besoins et motivations qui évoluent en fonction de leur situation personnelle, de leur environnement et de leurs expériences. La pyramide de Maslow illustre notamment la hiérarchie des besoins humains.

Question 5 : Comment se caractérise l'apprentissage dans le comportement du consommateur ?

Réponse correcte : C

Justification : L'apprentissage est le processus par lequel les consommateurs acquièrent des connaissances, des expériences et des compétences qui modifient leurs comportements et influencent leurs décisions d'achat.

Exemple : Un consommateur qui utilise un produit et en est satisfait peut décider de l'acheter de nouveau.

Question 6 : Comment peut-on définir le micro-environnement dans le contexte du marketing ?

Réponse correcte : B

Justification : Le micro-environnement regroupe les acteurs proches de l'entreprise qui influencent directement sa capacité à servir ses clients. Il comprend notamment les clients, les fournisseurs, les concurrents, les intermédiaires commerciaux et les différents publics.

Question 7 : Qu'est-ce que la théorie de l'engagement selon le comportement du consommateur ?

Réponse correcte : D

Justification : L'engagement du consommateur correspond au degré d'implication et d'effort qu'il est prêt à consacrer à une décision d'achat. Il peut se traduire par le temps consacré à la recherche d'informations, la comparaison des produits et l'évaluation des différentes alternatives.

Question 8 : Quelle est la principale caractéristique des besoins dans l'analyse du comportement du consommateur ?

Réponse correcte : C

Justification : Les besoins correspondent à des exigences ressenties par les individus pour assurer leur survie, leur sécurité et leur bien-être physique ou psychologique. Ils peuvent être physiologiques, sociaux ou personnels.

Question 9 : Comment se définit l'analyse SWOT dans le contexte du marketing ?

Réponse correcte : B

Justification : L'analyse SWOT est un outil de diagnostic stratégique permettant d'identifier quatre éléments :

- Forces (Strengths) : avantages internes de l'entreprise.
- Faiblesses (Weaknesses) : insuffisances internes.
- Opportunités (Opportunities) : facteurs externes favorables.
- Menaces (Threats) : facteurs externes défavorables.

Elle permet d'évaluer la situation de l'entreprise et d'orienter ses choix stratégiques.

Question 10 : Quel est le rôle des concurrents dans le micro-environnement marketing ?

Réponse correcte : B

Justification : Les concurrents influencent directement les décisions marketing de l'entreprise. Ils peuvent agir sur les prix, la qualité des produits, l'innovation, les parts de marché et les stratégies commerciales. L'entreprise doit donc surveiller leurs actions afin de préserver son avantage concurrentiel.

Question 11 : Qu'est-ce qu'un marché de niche ?

Réponse correcte : C

Justification : Un marché de niche est un segment de marché spécifique, relativement restreint et caractérisé par des besoins particuliers. L'entreprise adapte son offre afin de répondre précisément aux attentes de cette clientèle.

Exemple : Une entreprise spécialisée dans la fabrication de chaussures orthopédiques destinées aux sportifs.

Question 12 : Que représente la courbe de l'offre et de la demande sur un marché ?

Réponse correcte : C

Justification : La courbe de l'offre et de la demande représente l'interaction entre les quantités de produits que les producteurs souhaitent vendre et celles que les consommateurs souhaitent acheter à différents niveaux de prix.

Le point d'intersection des deux courbes détermine théoriquement le prix et la quantité d'équilibre du marché.