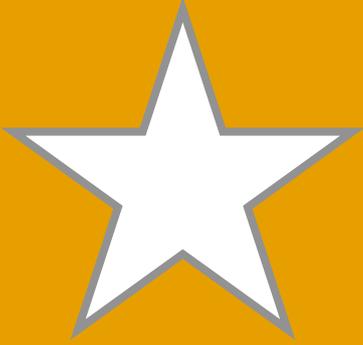
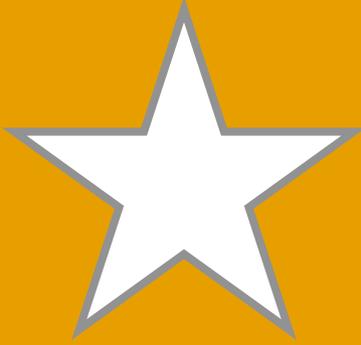


SDNG



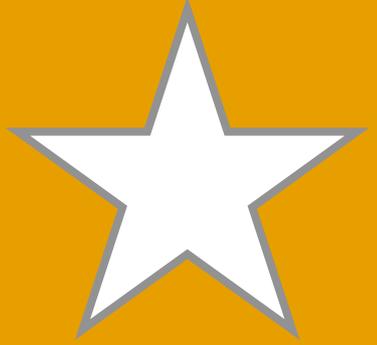
SDGN

SDNG



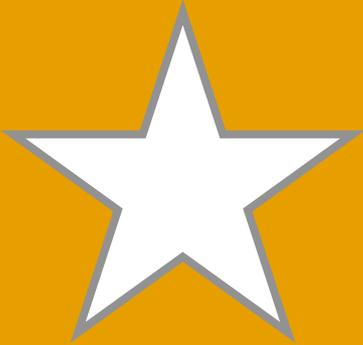
SDGN

SDNG



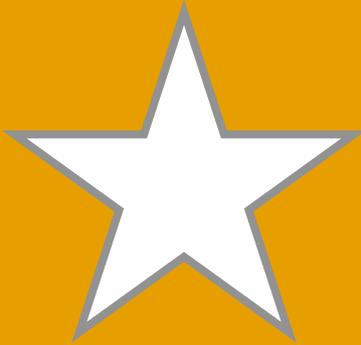
SDGN

SDNG



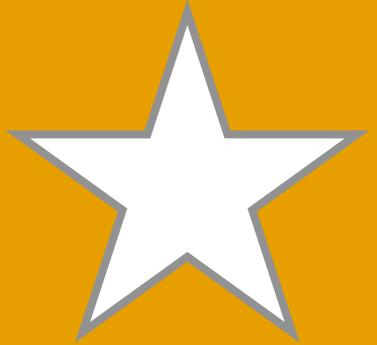
SDGN

SDNG



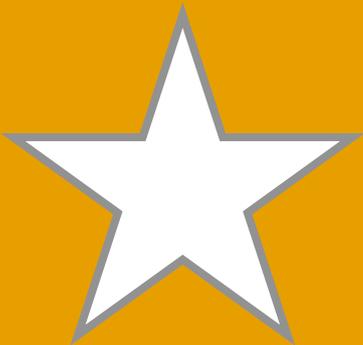
SDGN

SDNG



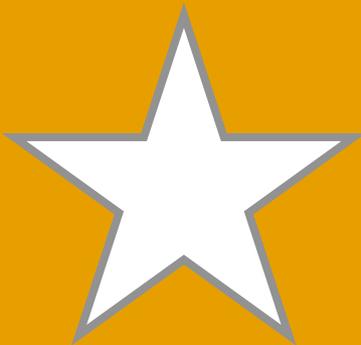
SDGN

SDNG



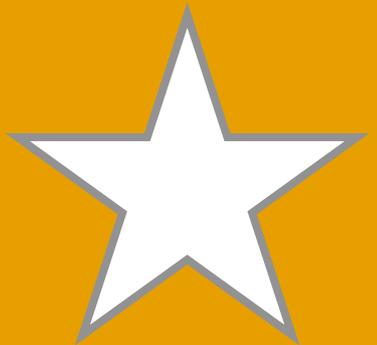
SDGN

SDNG



SDGN

SDNG



SDGN

QUESTION

Qu'est-ce que la valeur perçue ?
Comment se mesure t-elle dans l'esprit du consommateur ?

REPONSE

C'est la valeur d'un bien, d'un service dans la tête du consommateur, ce dernier mesure les avantages / sacrifices d'acheter ce produit ou ce service

QUESTION

Qu'est-ce qu'une étude quantitative ?

REPONSE

Elle consiste à collecter des informations grâce à des enquêtes pour en retirer des résultats chiffrés

QUESTION

Qu'est-ce qu'une étude qualitative ?

REPONSE

Elle consiste à étudier le comportement des consommateurs afin d'observer ses motivations et ses freins

QUESTION

De quoi est composé un prix de vente TTC ?

REPONSE

PV TTC =
Frais d'achat + frais de production
+ coûts de distribution + marge +
TVA

QUESTION

Quelles sont les quatre performances qui composent la performance globale de l'organisation ?

REPONSE

La performance :
environnementale,
commerciale,
financière
et sociale

QUESTION

Quelle est la différence entre une charge fixe et une charge variable ?

REPONSE

La charge variable fluctue en fonction du niveau d'activité contrairement à la charge fixe qui ne varie pas en fonction du niveau d'activité

QUESTION

Citez cinq facteurs de risque externe de l'organisation

REPONSE

Evolution de la demande
Cycle de vie du produit
Approvisionnement
Dépendance énergétique
Ecologique

QUESTION

Quelles sont les trois étapes de la démarche marketing simplifiée ?

REPONSE

Connaissance du marché
Identification des besoins
Définition de l'offre

QUESTION

Qu'est-ce qu'un modèle économique ?

REPONSE

Façon dont l'organisation crée de la valeur pour assurer sa pérennité (Quelle offre ? Pour qui ? Avec quelles ressources ? Pour quelle rentabilité ?)