**CHAPITRE 1 :**

**LA REPONSE DES ORGANISATIONS A UN BESOIN**

# QUESTIONNAIRE « c’est pas sorcier »

1. Comment peut-on étudier les habitudes des consommateurs ?

2. En quoi consiste un entretien collectif ou réunion de groupe ?

3. En quoi consiste une étude par sondage ?

4. Qu’est-ce qu’un échantillon ?

5. Quelles conditions un échantillon doit-il remplir pour être représentatif ? Comment procède-t-on ?

6. En quoi consiste un entretien individuel

7. Comment étudier le comportement d’achat du consommateur ?

8. Quelles sont toutes les informations obtenues au cours de cette étude ? Classez-les suivant qu’elles sont d’ordre quantitatif ou qualitatif et indiquez comment elles ont été obtenues ?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Information | D’ordre … | Comment l’a-t-on obtenue |
| Qualitatif | Quantitatif |
| Le marché : les différents segments et leur évolution |  |  |  |
| La concurrence et les produits proposés |  |  |  |
| Habitudes d’achat d’un ensemble de consommateurs |  |  |  |
| Motivations des consommateurs quant à notre concept |  |  |  |
| Ce qu’un maximum de personnes pense de notre concept |  |  |  |
| Connaître avec précision l’avis des enfants et des mamans sur notre produit  |  |  |  |
| Comportement des consommateurs face au produit et au prix |  |  |  |