

# Introduction à la gestion

## Définir une stratégie et un positionnement marketing

---

*Ce cours vous est proposé par Denis Chabault, Maître de Conférences HDR – enseignant chercheur en Sciences de Gestion au sein de l'Université Paris Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.*

---

### Quiz

**Attention** : ceci est la version corrigée du quiz.

- 1. Les stratégies de ciblage reposent notamment sur la prise en compte et l'évaluation :**
  - a. Des attentes des consommateurs
  - b. De la concurrence
  - c. De l'environnement externe
- 2. La stratégie indifférenciée consiste à ignorer de manière explicite et volontaire les différents segments qui composent un marché pour le considérer comme homogène.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
- 3. La stratégie différenciée consiste à proposer une offre ciblée en fonction des caractéristiques du marché qui lui conviendront le mieux.**
  - a. Vrai
  - b. Faux
- 4. La stratégie consiste à ne cibler qu'un seul et unique segment marché.**
  - a. Vrai
  - b. Faux

**5. Les critères de positionnement marketing sont :**

- a. Les attentes de la cible
- b. Le sens du vent
- c. Les atouts du produit/service
- d. Le positionnement des concurrents

**6. Pour être pertinent, un positionnement marketing doit être :**

- a. Clair et simple
- b. Pertinent
- c. Improvisé
- d. Crédible

## Références

### Comment citer ce cours ?

Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe (<http://auneg.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.