

# QUESTIONNAIRE

Nom de votre entreprise : \_\_\_\_\_

Nom de votre produit : \_\_\_\_\_

Caractéristiques de votre produit : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Votre message publicitaire orienté SONCAS :

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Slogan : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Analyse SWOT** (Pour chaque éléments, donner deux arguments)

Vos forces : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Vos faiblesses : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Opportunités à saisir : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Principales menaces : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Stratégie marketing

Segmentation      Quel type de population voulez-vous toucher ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ciblage              Quels groupes de clients voulez-vous atteindre prioritairement ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Positionnement    Qu'est-ce qui vous distingue de la concurrence ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Quelle image voulez-vous donner de votre produit ?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Produit

Dans quel cycle de vie se trouve votre produit ? \_\_\_\_\_

Dans quel cycle vos bénéfices seront les plus importants ? \_\_\_\_\_

## Prix

A quel prix voulez-vous lancer votre produit ? \_\_\_\_\_

Quelle est votre marge unitaire ? \_\_\_\_\_  
(Différence entre le prix de revient et le prix de vente, par unité)

Choisissez-vous une stratégie de pénétration ou d'écremage ? \_\_\_\_\_

Justifiez votre choix :  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Distribution

Quel circuit de distribution choisissez-vous ?  
\_\_\_\_\_

Est-ce direct, court ou long ? \_\_\_\_\_

Dans quel genre de points de vente voulez-vous commercialiser votre produit ?  
\_\_\_\_\_

Justifiez ces choix :  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Publicité

Votre budget étant très limité, vous ne pouvez faire de la pub. que dans un seul média.

Lequel choisissez-vous et pourquoi ?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_