

Cas 1 : le diner d'affaires : Correction

- Pour Mr Achour, l'augmentation du chiffre d'affaire à elle seule ne pourrait être un indicateur de performance des entreprises.

Rien ne pourra rassurer Mr Achour à réaliser une telle augmentation pour les prochains exercices. Le marketing permet de réduire les risques de toute nature.

- Pour Mr Saadi, le marketing n'est en aucun cas un phénomène de mode. Au contraire, il est devenu une nécessité absolue à la croissance et même à la survie de toute entreprise. La recherche de la clientèle potentielle est une notion et un objectif parmi d'autres du concept du marketing qui est plus global ;

- Pour Mr Tounsi : faire du bénéfice ne peut pas être isolément un indicateur de performance Un objectif enthousiaste serait plutôt de maximiser le bénéfice.

- Pour Mr ben Arfa : faire une promotion sur les prix n'augmenterait pas le nombre de clients sauf pour la période de promotion ; la promotion sur les prix est une technique non durable. Elle est l'une des techniques du marketing (parmi les 4P)

- Pour Mr Horri : non seulement le marketing permet au dirigeant d'optimiser la gestion et par conséquent les résultats de son entreprise, mais de lui procurer des opportunités et des perspectives de développement, ...réagir avant les concurrents, anticiper s'adapter, évoluer, saisir les opportunités grâce au marketing

-Mr Achour : Le chiffre d'affaires est certes un indicateur important, mais le marketing ne se résume pas uniquement à une progression des ventes. Il englobe également la compréhension des besoins des clients, la création de valeur ajoutée et la fidélisation de la clientèle.

-Mr Saadi : Atteindre de nouveaux clients est une bonne stratégie, mais le marketing ne se limite pas à cela. Il implique également la communication efficace de la valeur du produit ou du service aux clients potentiels, ainsi que la création de relations à long terme avec eux.

-Mr Tounsi : Le changement de voiture peut être un signe de réussite personnelle, mais en termes de marketing, l'accent devrait être mis sur la satisfaction des besoins des clients et la création de valeur pour eux.

-Mr Ben Arfa : Baisser les prix de manière significative peut affecter la perception de la qualité de vos produits. Il est préférable de chercher des moyens de différenciation et de communication pour attirer de nouveaux clients sans nécessairement réduire les prix de façon drastique.

-Mr Horri : Le fait de réaliser des bénéfices avec un produit unique depuis longtemps est louable, mais le marketing pourrait vous aider à élargir votre marché, à anticiper les changements de comportement des consommateurs et à rester compétitif à long terme.

Donnez quelques exemples de besoins et de désirs que peut combler l'achat d'une maison ? - Exemples de besoins : -Besoin de sécurité : recherche d'abri contre le froid -Besoin d'estime et d'appartenance : recherche d'une maison luxueuse qui montre l'appartenance du consommateur à une classe sociale élevée

- Exemples de désir : avoir le désir d'habiter une maison spacieuse, haut standing, ayant vue sur mer, localisée dans une zone calme, avec piscine

La différence entre un besoin et un désir réside dans leur nature et leur niveau de nécessité pour un individu. Un besoin est quelque chose de fondamental et essentiel pour la survie, le bien-être ou le fonctionnement optimal d'une personne. En revanche, un désir est une aspiration ou une envie qui n'est pas nécessairement essentielle, mais qui peut contribuer au confort, au plaisir ou à l'amélioration de la qualité de vie.

Dans le cas de l'achat d'une maison, un besoin serait d'avoir un abri sûr et adéquat pour se protéger des éléments et fournir un environnement stable pour soi-même et sa famille. C'est un besoin fondamental pour assurer la sécurité et le confort de base.

D'autre part, un désir dans ce contexte pourrait être d'avoir une maison avec des caractéristiques spécifiques telles qu'une piscine, un grand jardin, une vue panoramique ou des équipements luxueux. Ces caractéristiques ne sont pas nécessaires à la survie, mais elles peuvent contribuer au confort et au bien-être de la famille.

En résumé, les besoins sont des éléments essentiels à la survie et au bien-être, tandis que les désirs sont des préférences ou des aspirations qui peuvent améliorer la qualité de vie mais ne sont pas indispensables.