* Planification marketing (élaborer stratégie, étude marché, pub, budget)
* Marketing stratégique (Lancer produit ? Vendre moins cher ? Lancer produit avec une durée de vie qui donne avantage)
* Concurrent indirect (= même problématique que vous mais produits différents)
* Diagnostic (avant analyse forces/faiblesses de l’entreprise ? **Après** ? Après évaluation choix stratégique)
* Merchandising ? (Mettre un produit au rayon/linéaire en avant)
* Taux de pénétration (rapport consommation réel / consommation potentiel)
* Part de marché ? (quantité vendue au panel par rapport aux autres)
* Panel ? (Interroger les mêmes gens sur une période et on observe leur comportement d’achat)
* Veille technologique ? (Suivre nouvelles technologies sur le secteur qui nous intéresse, quelles sont les nouveautés ?)
* Blend test ? (Gouter/toucher un produit sans connaitre marque)
* Positionnement ? (faire en sorte que la marque soit perçue différente des autres)
* Cibler un produit ? (Cibler un segment de marché)
* Marque ombrelle ? (marque qui regroupe plusieurs produits hétérogènes sous une même marque)
* INPI (brevet = 5 ans)
* Etude de satisfaction ? (C’est une étude quantitative)
* Pourquoi questions ouvertes dans une étude quantitative ? (Comprendre pourquoi les gens ne sont pas intéressés = faire parler les chiffres)
* Développement durable s’appuie sur la géopolitique
* Mécénat ? (Financement pour une activité d’intérêt général)
* Yielde management ? (Stratégie de flexibilité au prix)
* Proposer des produits originaux équivalents aux grandes marques
* Croissance externe ? (extension de l’offre)
* But de la promotion ? (Faire connaitre la marque, augmenter ventes à court terme)