**TEST DE POSITIONNEMENT**

**Créez une Stratégie Marketing**

Nom – Prénom :

Date :

Bienvenue au test de positionnement pour la formation "Créez une Stratégie Marketing". Ce test évalue vos connaissances préalables en marketing et en stratégie de communication. Il comprend 20 questions à choix multiples, chacune avec 4 propositions de réponses. Choisissez la réponse qui vous semble la plus appropriée.

Questions:

1. Qu'est-ce que le marketing mix ?

 a) Les 4P : Produit, Prix, Place, Promotion

 b) Les 4C : Client, Coût, Communication, Connaissance

 c) Les 4D : Démarchage, Digital, Distribution, Diversification

 d) Les 4S : Service, Satisfaction, Stratégie, Suivi

2. Quel est l'objectif principal du marketing relationnel ?

 a) Acquérir de nouveaux clients

 b) Fidéliser les clients existants

 c) Augmenter les prix des produits

 d) Réduire les coûts de production

3. Qu'est-ce que le positionnement en marketing ?

 a) La manière dont les clients perçoivent une marque par rapport à ses concurrents

 b) La position physique d'un produit dans un magasin

 c) L'action de fixer le prix d'un produit sur le marché

 d) L'ensemble des actions publicitaires entreprises par une entreprise

4. Qu'est-ce que la segmentation de marché ?

 a) Diviser le marché en groupes de consommateurs similaires

 b) Regrouper les produits similaires sous une même marque

 c) Créer des segments sur les réseaux sociaux pour cibler les clients

 d) Séparer les produits en fonction de leur prix

5. Quel est l'objectif principal d'une étude de marché ?

 a) Identifier les besoins des consommateurs

 b) Fixer les prix des produits

 c) Trouver des emplacements pour ouvrir de nouveaux magasins

 d) Augmenter les revenus de l'entreprise

6. Quel est l'outil le plus adapté pour analyser les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une entreprise ?

 a) Analyse SWOT

 b) Matrice BCG

 c) Plan de communication

 d) Benchmarking

7. Qu'est-ce qu'un persona en marketing ?

 a) Un personnage fictif représentant le client idéal

 b) Une personnalité célèbre utilisée dans les publicités

 c) Un produit de luxe

 d) Une technique pour manipuler les consommateurs

8. Qu'est-ce que le marketing digital ?

 a) La promotion de produits par le biais de la télévision

 b) La publicité dans les magazines

 c) Les activités marketing réalisées sur Internet et les médias sociaux

 d) La distribution de flyers dans la rue

9. Qu'est-ce que le taux de conversion ?

 a) Le pourcentage de clients potentiels atteints par une campagne publicitaire

 b) Le nombre de ventes divisé par le nombre de prospects

 c) Le nombre de followers sur les réseaux sociaux

 d) Le montant total dépensé en publicité

10. Quelle est la principale fonction d'un plan marketing ?

 a) Définir les objectifs et les stratégies marketing

 b) Créer des slogans publicitaires

 c) Concevoir des emballages attrayants

 d) Organiser des événements promotionnels

11. Quel est le principal avantage du marketing direct ?

 a) Il permet de toucher un large public

 b) Il offre une personnalisation et une interactivité avec les clients

 c) Il est moins coûteux que d'autres formes de marketing

 d) Il permet d'atteindre les consommateurs sans leur consentement

12. Qu'est-ce que le ROI en marketing ?

 a) Return on Investment (Retour sur Investissement)

 b) Rate of Interest (Taux d'Intérêt)

 c) Return of Income (Retour de Revenu)

 d) Range of Influence (Portée d'Influence)

13. Quel est l'objectif principal d'une stratégie de contenu ?

 a) Promouvoir les produits de l'entreprise

 b) Engager et informer le public cible

 c) Augmenter les prix des produits

 d) Créer des partenariats avec d'autres entreprises

14. Qu'est-ce que le marketing d'influence ?

 a) Utiliser des célébrités pour promouvoir des produits

 b) L'utilisation de techniques subliminales dans la publicité

 c) La distribution d'échantillons gratuits

 d) La promotion de produits par le bouche-à-oreille

15. Qu'est-ce qu'un call-to-action (CTA) ?

 a) Une invitation à agir, généralement sous forme de bouton ou de lien

 b) Une publicité téléphonique

 c) Une technique de persuasion utilisée dans la vente

 d) Un appel téléphonique à un client potentiel

16. Qu'est-ce que le branding ?

 a) Le processus de création et de gestion d'une marque

 b) La publicité sur les réseaux sociaux

 c) La distribution de flyers

 d) L'optimisation des moteurs de recherche (SEO)

17. Qu'est-ce qu'un plan média ?

 a) Un plan détaillant où et quand diffuser les annonces publicitaires

 b) Un plan pour réduire les coûts de production

 c) Un plan pour concevoir des emballages attrayants

 d) Un plan pour organiser des événements promotionnels

18. Qu'est-ce que le retargeting en marketing digital ?

 a) L'optimisation des moteurs de recherche

 b) La publicité ciblée sur des personnes ayant déjà visité un site web

 c) La promotion de produits par le biais des réseaux sociaux

 d) L'utilisation de célébrités pour promouvoir des produits

19. Qu'est-ce que le content marketing ?

 a) La publicité télévisée

 b) La création et la distribution de contenu pertinent et utile pour attirer et fidéliser un public cible

 c) La distribution de dépliants

 d) La publicité sur les panneaux d'affichage

20. Quelle est la première étape du processus de création d'une stratégie marketing ?

 a) Définir les objectifs

 b) Concevoir le plan marketing

 c) Identifier le public cible

 d) Élaborer le budget marketing

\*\*Barème de Notation:\*\*

- Chaque réponse correcte vaut 1 point.

- La note maximale est de 20 points.

- Le pallier de notation est le suivant :

 - 0-10 points : Connaissance de base

 - 11-15 points : Bonne connaissance

 - 16-20 points : Excellente connaissance

Assurez-vous de répondre à toutes les questions avant de soumettre votre test. Bonne chance !

Signature stagiaire :