



جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
السنة الثالثة تجارة، تخصص تسويق



التطبيق السابع:

أرادت شركة RENAULT المختصة في إنتاج وبيع السيارات التعرف وعلى الخصائص التي يبحث عنها المستهلك ويرغب في الحصول عليها لكي تركز عليها في اعداد الرسالة المتعلقة بمحملتها الترويجية، ولأجل ذلك قامت بإجراء مسح للسوق من خلال سحب عينة تتكون من 800 مستهلك.

بعد جمع البيانات وترتيبها وتبويبها تحصلت الشركة على النتائج الظاهرة في الجدول التالي:

جدول رقم: أهمية الخصائص عند اتخاذ قرار الشراء

| المجموع (N) | غير مهم | قليل الأهمية | وسط | مهم | مهم جدا | |
|-------------|---------|--------------|-----|-----|---------|------------------|
| 800 | 0 | 40 | 160 | 280 | 320 | قدرة المحرك |
| 800 | 40 | 120 | 360 | 160 | 120 | السعة الداخلية |
| 800 | 10 | 15 | 110 | 305 | 360 | العلامة التجارية |
| 800 | 110 | 90 | 312 | 168 | 120 | اللون |
| 800 | 50 | 130 | 380 | 128 | 112 | الحجم |
| 800 | 116 | 96 | 128 | 220 | 240 | استهلاك الوقود |
| 800 | 76 | 44 | 128 | 204 | 348 | السعر المناسب |
| 800 | 74 | 105 | 85 | 337 | 199 | المتانة |
| 800 | 20 | 60 | 293 | 280 | 147 | السرعة |
| 800 | 10 | 40 | 270 | 165 | 315 | الشكل |

المطلوب: حدد الخصائص التي يجب التركيز عليها في محتوى الرسالة الاعلانية بتطبيق تحليل CONGOIT