



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 بحملتها الترويجية، ولأجل ذلك قامت بإجراء مسح للسوق من خلال سحب عينة تتكون من 800 مستهلك.

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

جدول رقم: أهمية الخصائص عند اتخاذ قرار الشراء

الجموع (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	المثانة
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