



ÉVALUATION

Quiz : Stratégies de marketing pour une association

1. **Pourquoi est-il important de se lancer rapidement en marketing ?**
 - a) Pour éviter de perdre du temps sur des détails secondaires
 - b) Pour garantir un succès immédiat
 - c) Pour copier ce que font les autres associations
 - d) Pour éviter de faire des erreurs
2. **Quelle est la philosophie du "Test and Learn" en marketing ?**
 - a) Tester plusieurs stratégies et apprendre de leurs résultats
 - b) Copier les stratégies qui fonctionnent ailleurs
 - c) Ne jamais changer de stratégie, même si elle ne fonctionne pas
 - d) Lancer une seule campagne et attendre les résultats
3. **Pourquoi est-il essentiel de collecter des données et des avis du marché ?**
 - a) Pour impressionner les financeurs et partenaires
 - b) Pour ajuster ses offres en fonction des besoins réels du public cible
 - c) Parce que toutes les grandes entreprises le font
 - d) Pour prouver que son association est la meilleure
4. **Que faut-il faire lorsqu'une stratégie fonctionne bien ?**
 - a) Arrêter et tester autre chose
 - b) Continuer à l'exploiter en concentrant ses efforts dessus
 - c) Modifier la stratégie pour voir si elle fonctionne encore mieux
 - d) Changer complètement d'approche pour éviter la monotonie
5. **Quel principe clé du marketing est résumé par la phrase : "C'est l'action qui crée l'information" ?**
 - a) Il faut attendre d'avoir toutes les informations avant d'agir
 - b) L'analyse des données doit toujours précéder toute action marketing
 - c) Tester et expérimenter permet d'apprendre et d'ajuster ses stratégies
 - d) Le marketing fonctionne uniquement sur l'intuition

Réponses :

1. **a)** Pour éviter de perdre du temps sur des détails secondaires
2. **a)** Tester plusieurs stratégies et apprendre de leurs résultats
3. **b)** Pour ajuster ses offres en fonction des besoins réels du public cible

4. **b)** Continuer à l'exploiter en concentrant ses efforts dessus
5. **c)** Tester et expérimenter permet d'apprendre et d'ajuster ses stratégies