



Examen de fin de module – Session de Printemps Comportement du consommateur (S6) Durée : 1h30

Gap cède face aux internautes et retire son nouveau logo

La nouveauté ne suffit pas toujours. C'est en substance ce que doivent se dire les équipes de Gap qui, après avoir gardé 20 ans durant le même logo, avaient entrepris de le changer. Les réseaux sociaux ont réagi au quart de tour. La page Facebook de la marque a été envahie en quelques heures de messages. Jugé tantôt "affreux", "nul" ou "déjà démodé", sa présentation a entraîné plus d'un millier de commentaires majoritairement négatifs en moins d'une semaine, phénomène rare sur le réseau. Le mardi 12 octobre, Gap fait machine arrière et annonce le retour à son ancien logo. Dans un communiqué, l'entreprise admet avoir manqué l'opportunité de discuter avec la communauté en ligne. Ce à quoi elle entend remédier, tout en songeant toujours à faire évoluer son logo.



Questions (12 points)

1. Présentez et décrivez les 4 étapes du processus perceptuel (Modèle Classique)
2. Pourquoi les entreprises ont-elles intérêt à déterminer des seuils sensoriels pour leurs produits (« the Just Noticeable Difference ») ?
3. Complétez le tableau ci-dessous (à recopier sur la feuille d'examen)

Cas	Exemples
Un responsable marketing souhaite qu'un changement apporté au produit soit supérieur au JND	1. 2. 3.
Un responsable marketing souhaite qu'un changement apporté au produit soit inférieur au JND	1. 2. 3.

4. A partir des réponses aux questions précédentes et de vos connaissances, commentez le cas « GAP » tout en essayant de justifier la réaction des consommateurs.
5. En quoi l'approche cognitive de l'apprentissage se distingue-t-elle de l'approche behavioriste ?
6. Vous devez faire la promotion d'une marque d'analgésique contre la migraine. Décrivez en quelques lignes deux publicités, l'une qui exploiterait le conditionnement classique et l'autre, l'approche cognitive

Dissertation (8 points)

La consommation n'a jamais été aussi importante, et son évolution, n'a jamais été l'objet d'autant d'attention. Dans un développement structuré, discutez l'importance de la consommation dans les débats politico-économiques actuels tout en soulignant l'intérêt de comprendre le comportement du consommateur (surtout à l'heure du Web 4.0).