

Liste des tableaux

N°	Titres	Page
A	La taille de chaque tranche d'âge	60
01	Les couscous utilisés	63
02	Le choix de la marque	63
03	Notoriété spontanée	64
04	Notoriété assistée	65
05	Les préférences	66
06	Fréquence de consommation	67
07	La quantité utilisée	68
08	La marque utilisée	68
09	La satisfaction	68
10	Le calibre acheté	69
11	Le poids de paquet	69
12	Le conditionnement	70
13	Le lieu d'achat	70
14	Le prix d'achat	71
15	Le prix d'achat 500gr	71
16	Le meilleur emballage	72
17	Les raisons	72
18	Les critères erreur dans l'échelle : important NOT satisfaisant	73
19	Les critères de choix	74
20	La marque choisie par	74
21	l'Age	74
22	Situation professionnelle	75
23	Situation matrimoniale	75
24	Membre de la famille	75
25	Le prix psychologique	76
26	Croisement de la situation professionnelle et le type de couscous	77
27	Test khi-deux	78
28	Croisement de la marque utilisée et la satisfaction	79
29	Croisement entre la marque utilisée et le prix d'achat	80
30	L'analyse de la concurrence	83
31	Le prix psychologique	83
32	Les objectifs de la communication	85
33	les offres des supports publicitaires TV	86
34	les offres des supports radio	87
35	Le plan de la communication	88

Liste des graphes

N°	Titre	Page
01	Le couscous utilisé	63
02	Le choix de la marque	63
03	Notoriété spontanée	64
04	Notoriété assistée	65
05	Les préférences	66
06	Fréquence de consommation	67
07	La quantité utilisée	67
08	La marque utilisée	68
09	La satisfaction	68
10	Le calibre acheté	69
11	Le poids de paquet	69
12	Le conditionnement	70
13	Le lieu d'achat	70
14	Le prix d'achat	71
15	Le prix d'achat d'un paquet de 500 gr	71
16	Le meilleur emballage	72
17	Les raison	72
18	Les critères	73
19	la marque choisie par l'acheteuses	74
20	L'Age	74
21	Situation professionnelle	74
22	Situation matrimoniale	75
23	Membre de la famille	75
24	Le prix psychologique	75
25	Le croisement de la situation professionnelle et le type de couscous	77
26	Croisement de la marque utilisée et la satisfaction	79
27	Croisement entre la marque utilisée et le prix d'achat	80
28	Le prix psychologique	83

Liste des figures :

Figure N°	Titre	Page
01	Cycle de vie d'un produit	30
02	La présentation graphique de prix psychologique	37
03	L'évolution de chiffre d'affaire	55
04	Les offres de sosémie	56
05	Organigramme général sosémie	58
06	Organigramme de la direction commercial	59
07	Le packaging du produit couscous	82