TP Qualité Cours de marketing JJ Cariou

PARFAITS vs IMPARFAITS

Nous sommes entourés d’images merveilleuses et de promesses de perfection.

Mais la crédibilité de ces images/promesses est-elle toujours bonne ? Mais en marketing « perfection » est-il synonyme de « qualité » ? Mais la projection que fait le consommateur sur ces images ne le rendent-elles pas plus distante du produit, de l’entreprise ? Mais la promesse de perfection n’empêche-t-elle pas, parfois, le consommateur de rêver ? Mais ……………..

VS

(Quelle grand-mère préférez-vous ? quelles frites préférez-vous ? pourquoi ? Demandez à vos voisins…)

VS

Vous travaillez pour le (futur) « Dreamers Hostel » de Bordeaux, hôtel pour routards (backpackers) et vous êtes chargé de bâtir une promesse qualité qui repose sur l’imperfection.

Travail à faire (prévoir également un power point ou prezi pour soutenance orale de 5 mn) :

1. Donnez 5 exemples d’éléments de votre offre illustrant votre promesse qualité en lien avec l’imperfection. Justifiez vos choix en quelques lignes
2. Proposez une phrase de réponse en SMS sur Hellojam (<http://www.hellojam.fr/> ) à la question « où dormir à bordeaux ? », réponse en 160 caractères illustrant votre promesse.
3. Proposez un « skyscraper » (120 x 600 pixels) à placer sur le site let’s go ([http://www.letsgo.com](http://www.letsgo.com/))



Logo imposé : ([cliquez pour télécharger](http://www.cariou.eu/etudiants/ts/tp/parfait_imparfait/logo.jpg) , ce logo est à compéter avec le nom)

Vous devez choisir une police de caractère pour écrire « Dreamers Hostel » sous le logo (voir [www.dafont.com](http://www.dafont.com))