

Chapitre 11 – Corrigé de la question 2

Familles de produits	Cibles	Critères de ciblage
Forme et santé	<ul style="list-style-type: none"> – ultra connectés passionnels et fonctionnels/apprentis connectés précoces et suiveurs – réfractaires anti-gadgets et craintifs 	<ul style="list-style-type: none"> – hommes et femmes actifs CSP+, de moins de 35 ans, étudiant(e)s, enfants – femmes + de 50 ans et retraités CSP+, professions intermédiaires – retraités CSP+ sensibles à leur santé
Sport	<ul style="list-style-type: none"> – ultra connectés et apprentis connectés pratiquant une activité sportive 	
Sécurité et domotique	<ul style="list-style-type: none"> – toutes cibles, particulièrement les consommateurs propriétaires d'un logement 	<ul style="list-style-type: none"> – propriétaires de logements – cible se sentant en insécurité dans son logement (critère géographique à prendre en compte)
Famille	<ul style="list-style-type: none"> – ultra connectés passionnels/apprentis connectés suiveurs : drones, son et vidéos, jeux – ultra connectés fonctionnels/apprentis connectés précoces : cuisine, puériculture, jeux – réfractaires : jeux, cuisine 	<ul style="list-style-type: none"> – hommes actifs CSP+, de moins de 35 ans, étudiants, enfants – femmes actives CSP+, de moins de 35 ans, étudiant(e)s – femmes de plus de 50 ans, retraités CSP+, professions intermédiaires, familles nombreuses