

Cas Créative ZEN

(D) *The end of the Odissey*



La base de données était maintenant prête

- <http://www.mastermarketingdauphine.com/charge/ADD/Creative.xls>

Comme souvent la durée du terrain avait été sous-estimée et Céline n'avait maintenant qu'une semaine pour faire les analyses statistiques nécessaires et rédiger ses recommandations. Elle se félicita alors intérieurement d'avoir bien structuré son plan de dépouillement et préparé les libellés et les formats de ses questions et de ses items.

- <http://www.mastermarketingdauphine.com/charge/ADD/Creative.sas>

Questions

- (1) Réalisez tous les traitements et toutes les analyses nécessaires
 - a. Pré-traitement et vérification de vos données
 - b. Analyse de l'image de Créative et de l'image de Zen
 - i. Graphique Radar
 - ii. Analyse factorielle
 - c. Dresser un portrait des clients de Créative et de l'enseigne
 - d. Analyser la notoriété des marques et leur proximité perceptuelle (connaissance simultanée, ensemble de considération,...)
 - e. Analyse de variance pour identifier les effets de la communication tant pour Créative que pour l'enseigne.
 - i. Multivariée
 - ii. Univariée
 - f. Vérifiez l'existence d'éventuelles variables modératrices liés aux caractéristiques individuelles.
- (2) Préparez une présentation powerpoint de 15' présentant la synthèse de vos résultats et vos recommandations
 - a. Les résultats détaillés des analyses seront joints en annexe.