

Guide d'entretien « Wait Marketing »

Nom et prénom de l'enquêteur :

Date de l'entretien :

Bonjour,

Nous vous remercions de nous recevoir aujourd'hui et de nous consacrer du temps.

En quelques mots, l'entretien d'aujourd'hui fait partie d'une recherche menée par un groupe d'étudiants de l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion- Kenitra, il s'agit d'une étude de marché portant sur le Wait Marketing.

En particulier, cette recherche a pour but de comprendre comment et de quelle manière peut-on exploiter les moments d'attentes d'un consommateur marocain pour appliquer des principes du Wait Marketing, tout en étudiant le marché côté consommateur et côté professionnels du domaine (boîtes de communication).

Présentation de la personne interrogée

Nom, coordonnées écrites et téléphoniques de la personne interrogée	Nom :
	E-mail :
	Téléphone :
	Age :
	Adresse :

Partie I : Le Marché de la communication au Maroc

Comment qualifiez-vous le marché de la communication au Maroc ?	Force :
	Faiblesses :
	Opportunités :

	Menace :
Quels sont les moyens utilisés sur le marché de la communication ? Évaluez leurs performances.	
Le retour sur investissement vous encourage-t-il à mener davantage de campagnes publicitaires ? Comment et quelle est la démarche ?	
La communication au Maroc sert-elle les besoins du marketing et comment ?	

Partie II : Rôle de la communication dans l'élargissement du portefeuille client

Les stratégies de communication répondent-elles aux besoins des consommateurs et prennent-elles en considération leurs attentes ?	
Les campagnes publicitaires favorisent-elles la décision d'achat ? Et comment ?	
Sans consommation, le consommateur parvient-il à consommer avec la même fréquence ?	
Comment imaginez-vous les campagnes publicitaires dans une dizaine d'années ?	

A quel degré le Wait Marketing rehausse-t-il le portefeuille client ?	

Partie III : Wait marketing & consommateur – Moments d’attente-

Qu’évoque pour vous le concept du wait marketing ?	
Selon vous, quels sont les moments d’attente idéals pour le consommateur marocain ?	
Comment réagissent, selon vous, les consommateurs aux messages publicitaires ? Sont-ils réellement prédisposés à recevoir les dits messages ?	
Le wait marketing n’éveille-t-il pas un sentiment agressif sur le plan psychologique ?	
Existe-il des niches auxquelles seul le wait marketing est applicable ?	
Avec le wait marketing, la publicité est-elle enfin abordable ?	

---Nous sommes arrivés à la fin de notre entretien. Merci de votre collaboration---