

**UNIVERSITE d'ABOMEY CALAVI**

**2015-2016**

**ENEAM CYCLE II Gestion Commerciale : 2ème Année**

**EPREUVE : Gestion du produit**

**ENSEIGNANT : Dr Martin GBEDJI-SOKPA**

**DUREE : TROIS (03) heures**

**Partiel 2<sup>ème</sup>**

I°/ Après avoir défini la notion la gamme du produit, et de ses dimensions, vous voudrez nous entretenir, sur sa gestion stratégique.

II°/ Le produit nouveau résulte soit d'une innovation mineure (ou innovation de différenciation), soit d'une innovation radicale (ou technologique) Dites nous les étapes indispensables pour la réalisation de l'innovation et le lancement du nouveau produit, et de la stratégie de positionnement

III°/ Selon ROGERS, l'adoption d'un nouveau produit se caractérise par une vitesse moyenne et par une typologie précise des catégories d'adopteurs. Définissez les différentes typologies et catégories d'adopteurs sans omettre leurs pourcentages.

**Du courage et Bon Travail !**