

1. Effectuez une recherche de marque de commerce (MC) pour le nom de l'entreprise *Saute-Mouton* avec l'Office de la propriété intellectuelle du Canada sur www.opic.ic.gc.ca. Notez le statut de la marque de commerce : active (officialisé, approuvé, publié) ou inactive (abandonnée, radiée, transféré)

Réponse recherchée : Il n'y a que deux résultats. Les deux sont inactives; l'une radiée, l'autre abandonnée. Points complets pour inactive-abandonnée et inactive-radiée. Moitié des points pour inactives.

2. Selon vos résultats de la question précédente, avisez votre client vis-à-vis la faisabilité d'utiliser *Saute-Mouton* comme nom pour son entreprise.

Réponse recherchée : Oui, c'est faisable.

3. Afin de proposer à René un positionnement pour *Saute-Mouton*, veuillez recommander une des approches culturelles mentionnées par votre client (couette et café ou maison d'hôte). Indiquez le raisonnement de votre recommandation en relation au marché cible que René peut anticiper accueillir.

Réponse recherchée : Pas de réponse concrète. Veuillez analyser la réponse selon le marché cible souligné par l'équipe et la logique du raisonnement.

4. Selon votre recommandation de la question précédente, veuillez recommander sur quel élément(s) du service René devrait différencier son entreprise, et proposer comment il pourrait réussir cela. (Par exemple : quel type de personnel devrait-il embaucher, quel processus de service devrait-il adopter ou quelle preuve devrait-il posséder?)

Réponse recherchée : Éléments du service—personnel ou preuve (difficile de contrôler la livraison de service dans une maison d'hôte autre que l'accueil et le service de la nourriture. Qui sont tous les deux affectés par le personnel de toute façon.)Recommandations de différenciation sont libres, tant qu'ils soient logiques.