

# Psychologie du comportement du consommateur



# Psychologie du comportement du consommateur

## Partie I : Marché et Consommateurs

### Qu'est-ce que le comportement du consommateur ?

- **Impact des consommateurs sur la stratégie marketing**
- **Impact du marketing sur les consommateurs**
- **Ethique Marketing et politique publique**
- **Autres faces du comportement des consommateurs**
- **Etude du comportement du consommateur**

# Psychologie du comportement du consommateur

## Parie 1 : Marché et consommateurs :

### Objectifs :

- Etudier comment le marketing est influencé par le consommateur, et comment les consommateurs sont influencés par le marketing.
- Cerner l'importance de l'étude du comportement des consommateurs

# Psychologie du comportement du consommateur

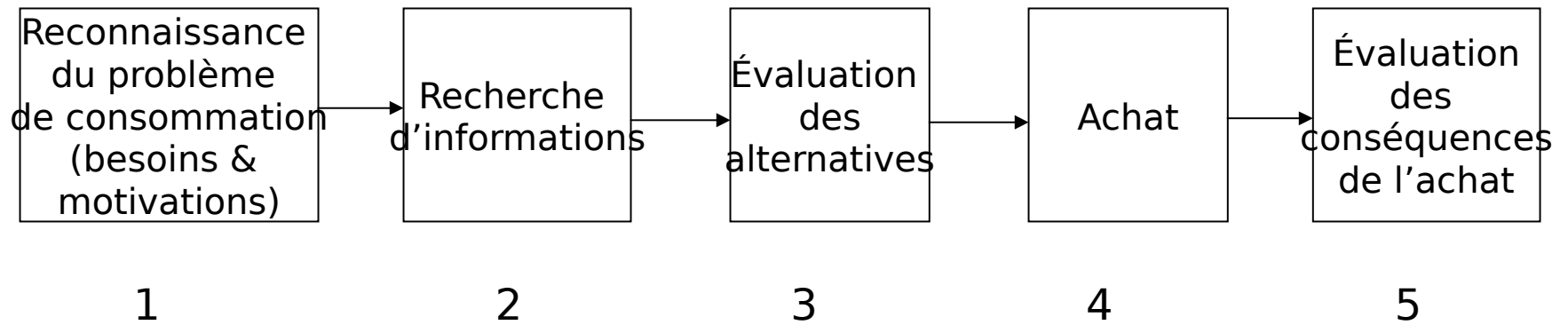
## **Qu'est-ce que le comportement du consommateur ?**

Le domaine du comportement du consommateur est vaste : il étudie les processus qui entrent dans le choix, l'achat, l'utilisation ou l'abandon de produits, services, idées ou expériences par des individus ou des groupes, pour la satisfaction de leurs besoins ou de leurs désirs.

**Le comportement du consommateur regroupe toutes les activités mises en œuvre pour l'obtention, la consommation et la disposition de produit ou de service, incluant le processus de décision qui précède l'issue de ces actions**

L'étude du processus de décision du consommateur permet de comprendre pourquoi et comment l'individu achète des produits c'est-à-dire pourquoi et comment il cherche à satisfaire ses besoins.

# Psychologie du comportement du consommateur



# Psychologie du comportement du consommateur

Le comportement du consommateur est un processus :

- Le comportement du consommateur est un processus permanent, qui ne se limite pas à ce qui se produit lorsque le client donne de l'argent ou une carte de crédit en échange d'un bien ou d'un service.
- La notion du comportement du consommateur s'étend à l'ensemble du processus de consommation, et notamment aux éléments qui influencent le consommateur avant, pendant et après un achat :

# LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

## Les déterminants de l'achat :

### Facteurs Internes

Besoins,  
Motivation,  
Attitude,  
Perception,  
Mode de vie,

### Produit

Complexité,  
Coût,  
Intérêt,

### Facteurs Externes

Milieu Familial,  
Entourage,  
Groupe,  
Classes  
Sociales,  
Valeurs

## **Point de vue du consommateur**

**Questions Antérieures A l'achat** Comment un consommateur décide-t-il qu'il a besoin d'un produit ?  
Quelles sont les meilleures Sources pour s'informer sur les différents choix ?

**Questions Liées à L'achat** L'achat d'un produit est-il stressant ou agréable ?  
Que révèle l'achat à propos du Consommateur ?

**Questions Postérieures A l'achat** Le produit donne-t-il du plaisir, ou est-il conforme aux attentes ?  
Comment le produit est-il éliminé en fin d'utilisation, et quelles sont les conséquences pour l'environnement ?

## **Point de vue marketing**

Comment se forment les attitudes des consommateurs face au produit ?  
Selon quels critères décident-ils qu'un produit est supérieur aux autres ?

En quoi les circonstances, telles que le manque de temps ou la présentation du magasin, affectent-elles la décision d'achat du client ?

Qu'est-ce qui détermine la satisfaction du client et sa décision de renouveler son achat ?  
Cette personne fait-elle part à d'autres de sa perception du produit et influence-t-elle leurs décisions d'achat ?



# **Psychologie du comportement du consommateur**

**Le comportement du consommateur implique de nombreux acteurs différents :**

L'acheteur et l'utilisateur d'un produit ne sont pas forcément la même personne, dans le cas de vêtement ou de jouets pour enfants. Ou encore, un tiers peut influencer le consommateur par ses recommandations ou ses critiques : la grimace d'une amie lorsque vous essayez un pantalon est souvent plus important que l'opinion de vos parents.

# Psychologie du comportement du consommateur

## Impact des consommateurs sur la stratégie marketing :

- L'un des principes fondamentaux du marketing, c'est la satisfaction des besoins des consommateurs.
- La réaction positive du consommateur constitue le test ultime de réussite d'une stratégie marketing. C'est pourquoi la connaissance des consommateurs doit être intégrée dans chaque facette d'un plan marketing. Les données portant sur les consommateurs aident les entreprises à définir leur marché et à identifier les risques et les opportunités d'une marque.

# Psychologie du comportement du consommateur

Les dimensions démographiques :

Age :

- Les consommateurs d'âges différents n'ont pas les mêmes besoins ni les mêmes souhaits.
- Par exemple, les adolescents constituent un marché fabuleux pour de nombreux produits Tendence qui laissent leurs parents perplexes.

Sexe :

- La différenciation des sexes commence au berceau : même les couches-culottes existent en rose ou en bleu. De nombreux produits, des parfums aux chaussures, ciblent soit des hommes soit des femmes.
- Exemple : Après s'être longtemps adressés aux hommes, les fabricants de téléphones portables ont compris que les femmes avaient des attentes différentes. Un fabricant de téléphones portables a ainsi lancé un téléphone présentant une forme plus arrondie et une partie miroir.

# Psychologie du comportement du consommateur

Structure familiale :

- La famille et la situation matrimoniale constituent une variable démographique essentielle, car elle influe beaucoup sur les priorités de dépenses du consommateur. Les jeunes célibataires et les jeunes ménages sont les plus nombreux à pratiquer un sport à fréquenter les restaurants et les salles cinémas. Les familles avec jeunes enfants achètent beaucoup d'aliments naturels et de jus de fruits, tandis que les familles monoparentales ou avec des enfants plus âgés consomment plus de surgelés.

<b>Phase du cycle familial</b>	<b>Revenu</b>	<b>Type de consommation</b>
<b>Jeune célibataire -35</b>	<b>modeste</b>	<b>Vêtements, boissons, loisirs</b>
<b>Jeune couple sans enfants</b>	<b>croissant</b>	<b>Biens durables, loisirs</b>
<b>Couple avec enfants&lt;6ans</b>	<b>en baisse</b>	<b>Logement, équipement, jouets,santé</b>
<b>Couple avec enfants &gt;6ans</b>	<b>en hausse</b>	<b>Éducation,sports</b>
<b>Couple âgé avec enfants à charge</b>	<b>stable</b>	<b>Logement,équipement, résidence retraite</b>
<b>Couple âgé sans enfants à charge et en activité</b>	<b>maximum</b>	<b>Voyage, loisirs, résidence de retraite</b>
<b>Couple âgé sans enfants à charge et en retraite</b>	<b>En baisse</b>	<b>Santé, loisirs</b>
<b>Agé,seul, en retraite</b>	<b>stable</b>	<b>Voyage,loisirs, santé</b>

# Psychologie du comportement du consommateur

- d) Classe sociale et revenus :
- Une classe sociale regroupe les personnes dont les revenus et la position sociale sont proches, qui travaillent dans les professions comparables, et qui ont un peu près les mêmes goûts en matière de musique, de vêtements, de loisirs et d'occupations artistiques. Elles ont tendance à se fréquenter et partagent de nombreuses idées ou valeurs. La répartition de la richesse intéresse fortement le marketing parce qu'elle détermine les groupes à fort pouvoir d'achat. L'argent reste un facteur déterminant pour de nombreux produits, des voitures BMW aux produits financiers.

# Psychologie du comportement du consommateur

## e) Style de vie :

- Les consommateurs ont des styles de vie très divers, y compris dans une même catégorie d'âge, ou chez des personnes de même sexe. La façon dont nous nous voyons, les choses que nous apprécions, nos activités de loisirs, tous ces facteurs contribuent à déterminer les produits qui nous attirent. Exemple : les hommes, ceux qui s'intéressent à leur corps, sont devenus la cible des marketeurs. On les surnomme les Métrosexuels, et on leur propose toute une gamme de produits.

## f) Géographie :

- Selon des régions, la consommation varie. Exemple : au nord du Maroc, on consomme plus de poisson que d'autres régions du pays.

# Psychologie du comportement du consommateur

## g) Ethnicité :

- Ce concept se développe, les minorités représentent des segments de consommation importants, l'exemple des aliments Halal qui se développe en France et qui représente un important marché.



# Psychologie du comportement du consommateur

## L'impact du marketing sur les consommateurs :

- Nous vivons dans un monde fortement influencé par les actions de marketing. Nous sommes environnés de publicités, de magasins et de produits qui se disputent notre attention et notre argent. Le consommateur est à la merci du marketing qui lui dicte le comportement à adopter,
- les choix à faire en terme d'achat, il lui apprend à juger l'autre selon les produits qu'il achète