



ACAP

inwi™



Etude de satisfaction

Réalisé par :  
Ahmed El Rharfi  
Soufiane Lemti

Encadré par :  
Mme IDSALAH

2009/2010

# Remerciement

## **Remerciement :**

A tous les personnes qui ont contribué de près ou de loin dans la réussite de la réalisation de notre travail.

Nos professeurs notamment Mme IDSALAH notre encadrant pour ses idées et ses conseils, nous tenons aussi a remercié Mme IDRISSE pour l'aide qui nous a apporté, et bien sur a tout les membres de l'administration et nos famille et nos amies pour leur soutien.

## SOMMAIRE

Introduction :	3
I. Secteur de l'Internet au Maroc.....	4
1. Etude du secteur de l'Internet au Maroc.....	4
a. Etude de l'offre.....	4
b. Etude de la demande.....	6
2. Présentation de l'entreprise INWI.....	7
a. Fiche Signalétique.....	7
b. Organigramme.....	8
c. Gamme des services.....	9
d. Chiffres réalisés :.....	10
II. Etude de marché.....	11
1. Objectif de l'étude.....	11
a. Présentation du questionnaire.....	12
b. Administration.....	12
2. Présentation de l'échantillon.....	12
a. Méthode du choix de la cible.....	12
b. Composition de l'échantillon.....	12
3. Traitement des données.....	13
4. Analyses et traitement.....	13
Recom.....	31
Conclusion.....	32
Webographie :.....	33
Annexe :.....	34

## **Introduction :**

Le secteur des nouvelles technologies de l'information et de la communication joue un rôle fondamental dans le décollage économique et dans la maîtrise des enjeux de la compétitivité, de la modernisation, de l'afflux des investissements et de la création d'emplois. Internet, composante majeure de ces nouvelles technologies, est un moyen facilitateur pour l'enseignement des jeunes et l'accès au savoir en général, un catalyseur de l'efficacité des entreprises et de l'administration, un outil d'ouverture sur le monde et un levier de création de nouveaux métiers. Ainsi, le développement de l'Internet peut contribuer à améliorer la compétitivité du Maroc.

Depuis son lancement commercial en 2007, Wana Corporate (« Wana ») a connu un développement remarquable, en introduisant de nombreux produits et innovations sur le marché marocain et en recrutant plus de 2 millions de clients particuliers et entreprises qui ont bénéficié de ses services de télécommunications mobiles, fixes, données et Internet. Afin d'accélérer son développement sur le marché des télécommunications au Maroc, un consortium constitué pour 50% d'Al Ajjal Investment Fund Holding ("Al Ajjal") et pour 50% de l'opérateur Mobile Telecommunications Company (« Zain ») a investi 2,850 milliards de dirhams dans Wana et détient par cette opération 31% du capital de la société.

C'est donc pour l'intérêt que nous portons à ce secteur en croissance que nous avons décidé de faire de l'entreprise INWI le sujet de notre Action Commerciale Appliquée.

Nous avons appréhendé ce marché par la présentation d'INWI, faisant désormais partie du paysage télécom au Maroc, avant d'entamer l'étude de satisfaction du produit internet d'INWI par une enquête sur le terrain.

# Première partie

## **I. Secteur de l'Internet au Maroc**

### **1. Etude du secteur de l'Internet au Maroc**

Dans les dernières années, le Maroc comme les autres pays du monde a connu une forte évolution dans le domaine de la communication. Cette évolution a été enregistrée dans le marché de la téléphonie fixe, le mobile et aussi la connexion Internet.

Le nombre d'utilisateurs d'Internet augmente jour après jour, on peut expliquer cette augmentation par plusieurs points, en premier lieu par la présence de trois opérateurs dynamiques dans le marché national : Maroc Telecom, Méditel et Wana.

On peut également citer la volonté du gouvernement pour développer ce marché. Plusieurs initiatives ont été lancées dans ce sens : opération « Injaz », opération « Nafida ».

Les orientations de l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT) traduisent également la volonté du gouvernement à développer ce segment d'activité.

#### *a. Etude de l'offre*

Afin d'accéder à internet n'importe où et surtout n'importe quand, il faut arriver à trouver la formule qui conviendra le plus aux attentes des clients.

Chez Méditel, les internautes qui font le choix des packs « internet mobile+ » sans engagement devront verser 290 Dh pour le modem d'un débit de 1,8 mbps. Ensuite, il leur est possible de recharger leur clé grâce à des coupons dont le tarif dépend de la durée de recharge. Il faut compter 9dh pour une journée, 49 DH pour la semaine et 199 Dh le mois.

Chez Maroc Télécom, le prix du pack internet prépayé varie selon le modèle du modem. Il peut aller de 290dh à 390 Dh. Il suffit ensuite de recharger sa clé à l'aide des recharges Jawal soit d'un jour à 10 DH, d'une semaine à 50 Dh ou d'un mois à 200 DH pour un débit de 1 Mégabit.

De son côté, le groupe Wana propose deux packs sans abonnement. L'offre « internet à la carte » permet de surfer uniquement sans télécharger. Pour un montant de 490 DH, il propose des cartes de recharge de deux jours à 29 DH, sept jours à 49 dh et un mois à 120 Dh. L'offre « internet à la carte + », qui permet de télécharger des fichiers, est proposée à 490 Dh avec des recharges express d'un jour à 10 Dh, de deux jours à 20 Dh et d'un mois à 200 Dh pour un débit de 1 Mégabit.

On peut résumer ces différentes offres à travers ce tableau :

Opérateurs	Nom de la marque	Débits	Prix du modem	Recharges
<b>IAM</b>	Internet 3G+	1.8 mbps	290 dh	A partir de 10 dh
<b>MT</b>	IM+	1,8 mbps	290 dh	A partir de 9 dh
<b>INWI</b>	HDM EC122/ LG HDM 2100	1 mbps	490 dh (+3 mois gratuit) 290 dh (+1 mois gratuit)	A partir de 10 dh

L'(ANRT) a adopté officiellement, le 22 février à Rabat, la note d'orientation 2010-2013. Elle met la lumière sur le secteur pour les années à venir. La baisse des tarifs des communications devrait être l'un de ses points phare. L'idée est de pousser indirectement vers une plus grande concurrence sectorielle. Rappelons que les offres et promotions des opérateurs télécoms transitent obligatoirement par la direction concurrence de l'ANRT. Cette feuille de route prend le relais de celle établie pour la période 2004-2008, qui a été bouclée par l'octroi d'une 3e licence GSM. [Wana](#) Corporate (INWI) l'a raflée.

La disponibilité d'une infrastructure très haut débit participe de manière importante au développement économique et social des pays. Le Maroc, qui a investi massivement dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication un secteur porteur pour le développement de son économie, se dotera d'un plan d'actions national pour l'accès au très haut débit, articulé autour des axes suivants :

- Identification des besoins et des infrastructures principales ou alternatives existantes ou potentielles, par le biais d'une large consultation auprès des parties concernées ;
- Elaboration des modèles et identification des mesures d'ordre réglementaire ;
- Elaboration des modèles de financement.

Ainsi, les moyens requis pour favoriser le très haut débit concerneront également la clarification, la simplification et l'harmonisation, autant que possible, des modalités de passage dans le domaine public et la définition de modèles, cohérents et pérennes, pour l'établissement et/ou l'exploitation des infrastructures de télécommunications selon les catégories de zones. Ces modèles donneront lieu à la mise en place d'un régime spécifique pour des gestionnaires d'infrastructures dont les droits et obligations seront fixées également sur la base d'études réalisées à cet effet. Le Gouvernement identifiera les moyens de financement (public, privé, ...) pour le déploiement des infrastructures pour le très haut débit au Maroc. Il prendra également les mesures nécessaires pour faciliter l'accès des opérateurs aux sites publics pour aider ces derniers à répondre aux exigences de densification de leurs réseaux en vue de l'amélioration de la qualité de service.

#### *b. Etude de la demande*

Le Maroc a gagné six points dans l'Indice de développement des Technologies de l'Information (IDI) au niveau mondial en se classant 97e en 2008 avec un IDI de 2,68, améliorant ainsi de 15% la valeur de son indice IDI par rapport à 2007 (IDI 2,33), a indiqué l'Union internationale des télécommunications (UIT) dans son rapport «Mesurer la société de l'information 2010».

Le nombre d'utilisateurs d'Internet fixe pour 100 habitants est passé de 21 à 33 entre 2007 et 2008 (plus six points), a précisé l'Union.

Fin juin 2008, le parc total a atteint 653.591 abonnés contre 581.866 trois mois plus tôt, en augmentation de 12,33%. En termes de part de marché, IAM détient 76,65% du parc, suivi de Wana avec 18,73% et Medi Télécom avec 4,22%. Mais en fait, la croissance du parc d'Internet est de plus en plus tirée par la 3G<sup>1</sup> (une

<sup>1</sup> La **troisième génération** (3G), une norme de technologie de [téléphonie mobile](#). Accessible au grand public dans certains pays d'Europe depuis [2002](#) (en [Norvège](#), [Autriche](#), [Roumanie](#), puis en

croissance trimestrielle de 82,03% pour atteindre 158.869 abonnés), puisque l'ADSL stagne. Et sur ce créneau, c'est Wana qui domine.

La filiale de l'ONA détient 73,98% du parc, suivie de Medi Télécom avec 17,35% et IAM avec 8,68%.

L'étude de marché du cabinet «On line commerce» montre que 58% des interrogés se connectent depuis leur domicile, 39% depuis leur travail et 1% depuis leur école ou université. C'est qu'Internet s'est relativement démocratisé.

Selon la dernière étude trimestrielle de l'ANRT, 70% des internautes sont abonnés à l'ADSL, l'offre Internet 3G représente, pour sa part, quelque 29% du parc des connexions et le 1% restant ce sont des utilisateurs d'autre FSI<sup>2</sup>.

94% des répondants à l'étude de marché déclarent s'en servir pour envoyer et recevoir des mails, 96% pour des recherches et 78% pour travailler.

## 2. Présentation de l'entreprise INWI

### a. Fiche Signalétique

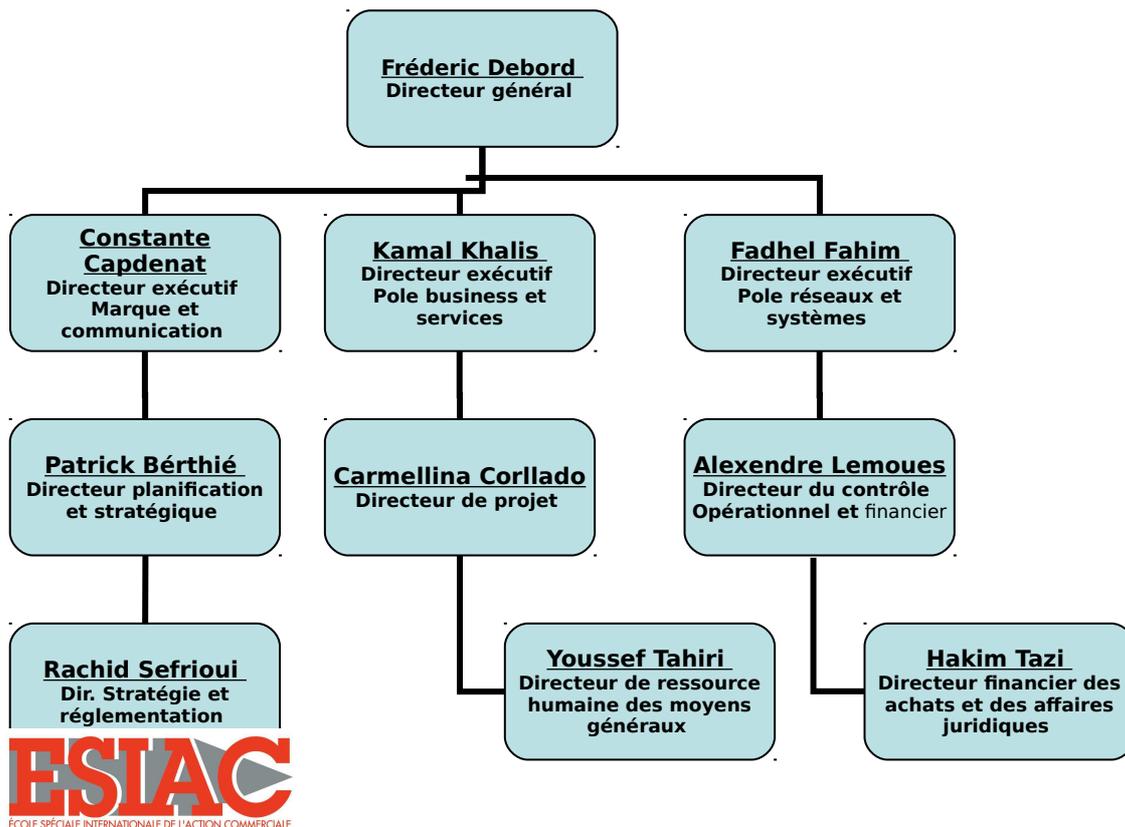
Ancien Logo Maroc-connect	Ancien Logo Wana	Nouveau Logo INWI
		
<b>Création</b>	1999	
<b>Dates Clé</b>	2005	
<b>Fondateur(s)</b>	Groupe ONA	
<b>Forme juridique</b>	Société anonyme	
<b>Ancien Slogan</b>	Wana, allons-y !	
<b>Nouveau Slogan</b>	Il est temps de changer	
<b>Siège social</b>	Casablanca, Maroc	
<b>Direction</b>	 Mohammed El Amrani (P)  Frédéric Debord (DG)	
<b>Actionnaires</b>	 Groupe ONA	

France et autres), elle s'appuie sur la norme [Universal Mobile Telecommunications System \(UMTS\)](#), permettant des débits bien plus rapides (2Mbps prévus à maturité du réseau) qu'avec la génération précédente, le [GSM](#).

<sup>2</sup> FSI : Fournisseur de Service Internet

	 SNI  Zain  Al Ajial Holding
<b>Activité(s)</b>	Opérateur de télécommunications
<b>Ancien Site Web</b>	Site officiel de Wana
<b>Nouveau Site web</b>	Site officiel d'INWI

*b. Organigramme*



*c. Gamme des services*

Dans cette partie et vue que nous présentons l'entreprise de manière générale, il est recommandé de présenter toute la gamme de service :

Voix (Tic Tac et Abonnement)

Abonnement : Les forfaits illimités c'est une gamme de 4 forfaits vous offrant la possibilité d'appeler tous les numéros inwi en illimité dès l'épuisement de votre forfait.

Tic Tac : vers tous les mobiles et fixes nationaux

Inwi propose un tarif unique pour les appels vers tous les numéros nationaux, mobiles et fixes, à tout moment de la journée et tous les jours de la semaine.

Et les appels sont facturés à la seconde et dès la 1ère seconde désormais le client ne paye que ce qu'il a consommé.

Internet :

❖ **Le Haut Débit Mobile d'INWI**

Avec le modem Internet de INWI, il est possible de se connecter grâce à une couverture 3G.

Le Haut Débit Mobile de INWI est disponible en plusieurs formules :

• **Haut Débit Mobile avec abonnement**

Pour une connexion 3G illimitée, INWI propose une formule d'abonnement d'une durée de 18 mois.

Le modem est à 0 dh pour un débit de 1 Mbps et 200 dh de connexion mensuelle.

• **Haut Débit Mobile sans abonnement**

Le client achète un modem à 450 dh pour un débit de 1 mbps lui donnant accès à une connexion internet sans engagement avec la possibilité de recharger selon ces formules :

 connexion illimitée,  
200 Dh pour 30 jours de connexion illimitée,

200 Dh pour 30 jours de connexion illimitée.

Ces recharges de 10, 20 et 200 Dh sont à la disposition des clients dans tous les espaces INWI.

En plus de la connexion, INWI offre à ses clients internet :

La possibilité de créer des boites e-mails, de bénéficier d'espaces d'hébergements et pages web personnelles.

La possibilité d'utiliser un espace disque personnel pour stocker les données ou la page web personnelle.

L'accès à un espace de gestion personnalisé et sécurisé qui permet de gérer leur compte, consulter leur solde, créer leurs boites mail électroniques et gérer d'autres fonctionnalités.

- **Points de vente**

INWI a déployé un réseau commercial couvrant tout le territoire. Elle a adapté ses réseaux de distribution aux besoins des marchés résidentiel et Entreprises

- **Pour le marché Résidentiel**

INWI dispose, d'un réseau de distribution constitué de plus de 400 espaces INWI à travers tout le royaume. Elle emploie près de 1500 conseillers formés à l'offre et à la philosophie commerciale d'INWI. Pour élaborer ce réseau, INWI a signé des accords de distribution avec 4 partenaires : Go com, Tenor distrib, Iwaco et Sahatel. Ces distributeurs déploient à l'image du réseau d'INWI, un réseau de franchisés et de points de vente de détail, en particulier pour la recharge.

90% de ces espaces appartiennent aux distributeurs.

- **Pour le marché Entreprises**

INWI agit principalement en ventes directes, avec des partenaires intégrateurs et des partenaires agréés qui sont prescripteurs des offres et des solutions entreprises.

*d. Chiffres réalisés :*



atteint 566 575 abonnés à fin septembre 2009 réalisant ainsi 186% durant le troisième trimestre 2009 et de 182,85% sur une année.

En termes de part de marché, Wana corporatif, actuellement INWI, dispose de 59,08% du parc Internet 3G.

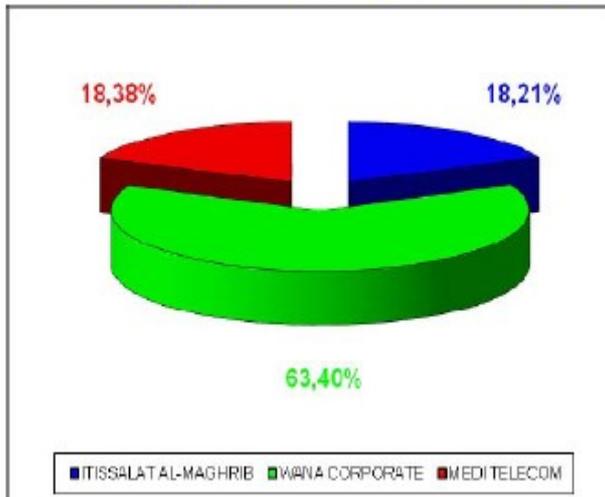
Les deux opérateurs restants IAM et Medi Telecom se partagent le reste du marché à part égales, respectivement de 20,54% et de 20,38%.

- **Parts de marché**

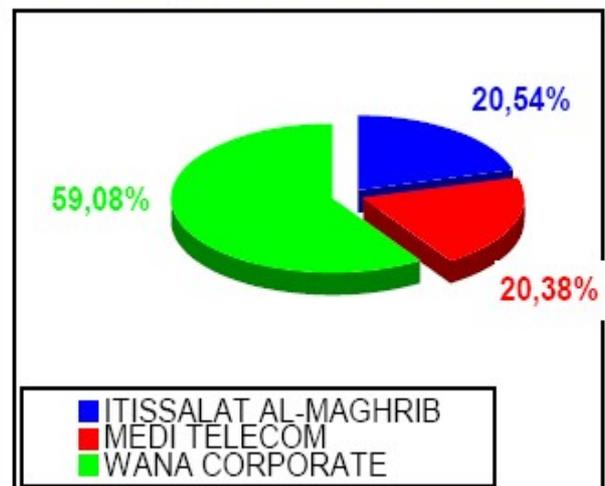
Pour le deuxième semestre de 2009, WANA qui est actuellement INWI détenait 63.40 % de la part du marché, alors que MEDI TELECOM en deuxième place détenait 18.38 % de part du marché suivie par ITISSALAT AL-MAGHRIB avec 18,21%. Mais cela a changé lors du troisième semestre, INWI perd des points en

terme de chiffre d'affaires en passant de 63.40% à 59.08%, pour MEDI TELECOM même en gagnant 4 points, elle se fait dépasser par ITISALAT AL-MAGHRIB qui augment son chiffre d'affaires.

Parts du parc Internet 3G au 30/06/09



Parts du parc Internet 3G au 30/09/09



# Deuxième partie

## **II. Etude de marché**

### **1. Objectif de l'étude**

Notre étude a pour but d'appliquer ce qu'on a acquis en marketing au long de l'année scolaire.

Dans notre cas, nous avons choisi de faire une étude de satisfaction sur le produit HDM de INWI, pour mesurer le degré de satisfaction des utilisateurs de ce produit.

#### **a. Présentation du questionnaire**

Note questionnaire est sous le titre de « Etude de satisfaction HDM de INWI ». Réalisé au mois Mai 2010, il est composé de 24 questions dont 8 forment la partie de l'étude de consommation qui va nous permettre de savoir si notre cible utilise la clé 3G, ce qui influence son choix et aussi le prix qu'elle est prête à payer pour ce procurer une clé 3G.

Ensuite, on trouve 15 questions dans la partie satisfaction qui vont clarifier le but de notre enquête et à quel point le consommateur marocain est satisfait par de l'utilisation d'une clé 3G de INWI.

Enfin, on a la fiche signalétique, composée de 4 questions qui ont déterminé la nature et la composante de notre cible.

#### **b. Administration**

A fin de réaliser notre enquête, nous avons utilisé une méthode peu coûteuse qui est le face à face, mais plus au moins difficile car nous avons eu des problèmes lors du questionnement des personnes à cause de l'environnement à l'extérieur (la rue), mais cela a été plus facile dans les endroits fermés (les cafés, les écoles etc.). Là, les gens étaient plus concentrés et ils ont eu plus de temps pour bien exprimer leur avis à propos du produit en question.

L'enquête s'est déroulée dans plusieurs places, notamment les boulevards tels que boulevard d'Anfa, Zerktouni où nous avons pu présenter notre questionnaire à des personnes de tout âge.

## 2. Présentation de l'échantillon

### *a. Méthode du choix de la cible*

Afin d'effectuer notre enquête, nous avons fait un sondage en adoptant un choix tout à fait aléatoire.

### *b. Composition de l'échantillon*

Nous avons administré notre questionnaire au près d'un échantillon de 100 personne, composé de 59 % d'homme et 41 % de femme, 54% de ce échantillon est composé d'employé 37% d'étudiant, 7% de personne sans emploi et enfin 2% de retraité, en ce qui concerne l'âge 48 % formé des jeunes de moins de 25 ans, ensuite 35 % représente la catégorie des personnes appartenant a une tranche d'âge de 25 à 40 ans, enfin les personnes âgés de 40 ans représenté 17%

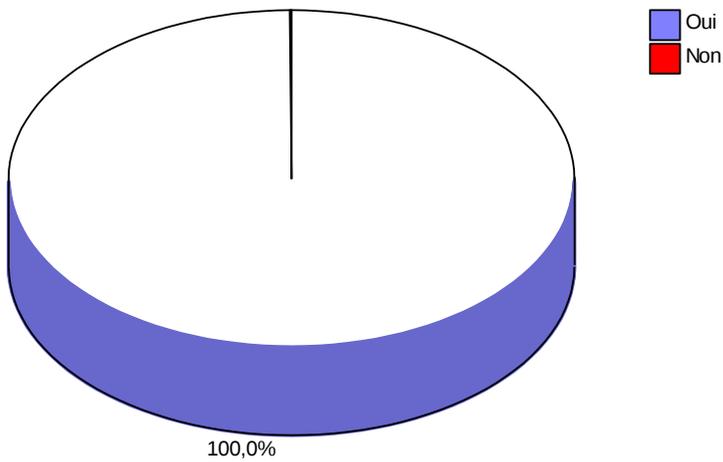
## 3. Traitement des données

Les données collectées grâce aux questionnaires ont été traitées à l'aide du logiciel " Sphinx plus 2 ", un logiciel de statistiques et de création de questionnaires et enquêtes.

## 4. Analyses et traitement

**Q1 : Connaissez-vous la clé 3G :**

<b>connaissance1</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Oui	100	100%
Non	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**Commentaire :**

L'échantillon en question connaît le 3G Internet à 100%

**Q 2 : Utilisez-vous l'Internet 3G ?**

<b>Utilisation1</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Oui	100	100%
Non	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



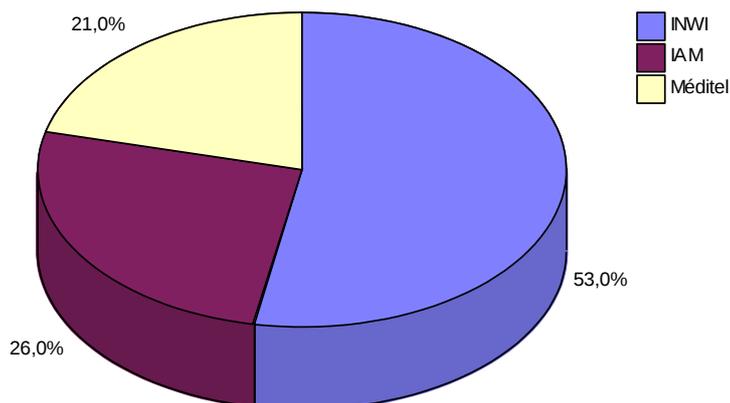
**Commentaire :**

100 % de l'échantillon questionné disent qu'ils utilisent l'Internet 3G.

**Q 3: Si Oui vous êtes client de quel opérateur :**

<b>autre1</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
INWI	53	53,0%
IAM	26	26,0%
Méditel	21	21,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

4

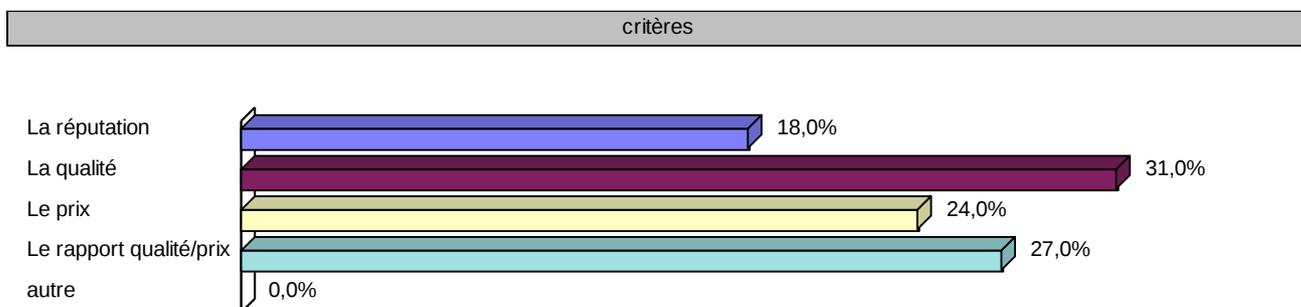


**Commentaire :**

Nous remarquons que 53% des personnes questionné sont des clients d'INWI, IAM vient en 2ème place avec 26%, en dernière Méditel avec 21%.

**Q 4: Quels sont les critères de choix que vous jugez intéressant pour choisir votre opérateur ?**

critères	Nb. cit.	Fréq.
La réputation	18	18,0%
La qualité	31	31,0%
Le prix	24	24,0%
Le rapport qualité/prix	27	27,0%
autre	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

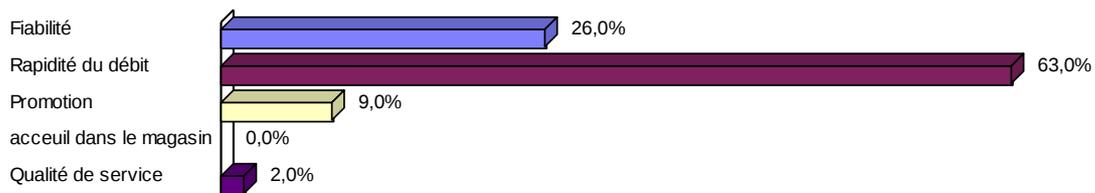


**Commentaire :**

En ce concerne les critères du choix de l'opérateur 31% de l'échantillon pense que la qualité est l'élément essentiel qui définit leur choix, le rapport qualité/prix figure en deuxième lieu avec 27%, ensuite le prix avec 24%, enfin la réputation de l'opérateur est représenté par 18%

**Q 5 : Quel est le critère auquel vous accordez le plus d'importance lors de votre abonnement Internet ?**

critère	Nb. cit.	Fréq.
Fiabilité	26	26,0%
Rapidité du débit	63	63,0%
Promotion	9	9,0%
accueil dans le magasin	0	0,0%
Qualité de service	2	2,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

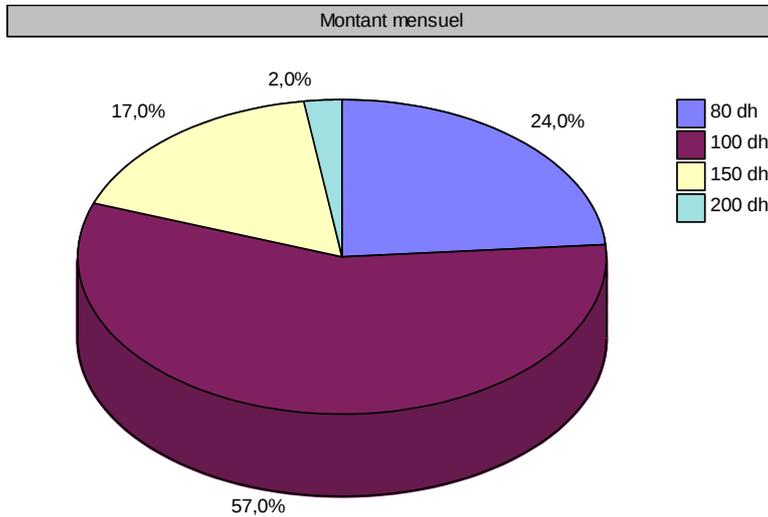


**Commentaire :**

Pour choisir un abonnement Internet le client, s'appuie sur la rapidité du débit cela se traduit par 63% des personnes questionné, ensuite la fiabilité de l'Internet qui se manifeste par 26%, en dernière lieu la promotion vient avec 9% enfin la qualité de service avec 2%

**Q 6 : Quel est le montant mensuel que vous êtes prêt à payer pour un abonnement Internet ?**

Montant mensuel	Nb. cit.	Fréq.
80 dh	24	24,0%
100 dh	57	57,0%
150 dh	17	17,0%
200 dh	2	2,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

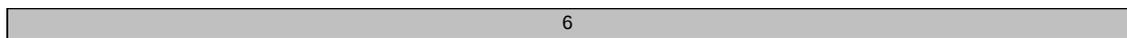


**Commentaire :**

En qui concerne le prix 57% de l'échantillon son prêt a payé 100 dh pour un abonnement Internet

**Q 7 : Avez-vous déjà utilisé la clé 3G d'INWI ?**

<b>utilisation</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Oui	100	100%
Non	0	0,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



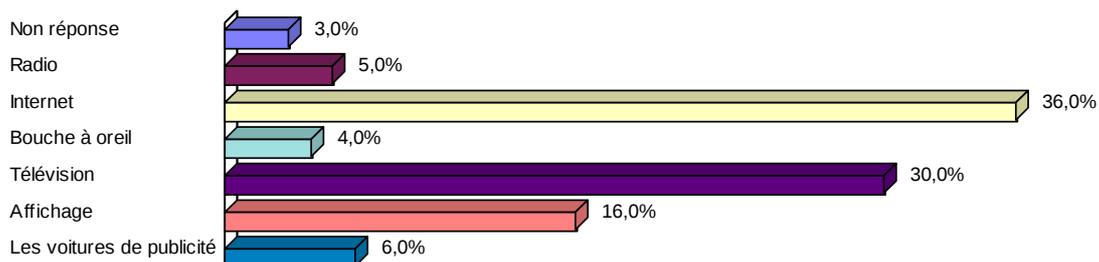
**Commentaire :**

Les 100 personnes que nous avons questionnées utilisent le 3G d'INWI.

**Q 8 : Si Oui, Comment avez-vous découvert les offres INWI à travers :**

découvert1	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	3	3,0%
Radio	5	5,0%
Internet	36	36,0%
Bouche à oreil	4	4,0%
Télévision	30	30,0%
Affichage	16	16,0%
Les voitures de publicité	6	6,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

7

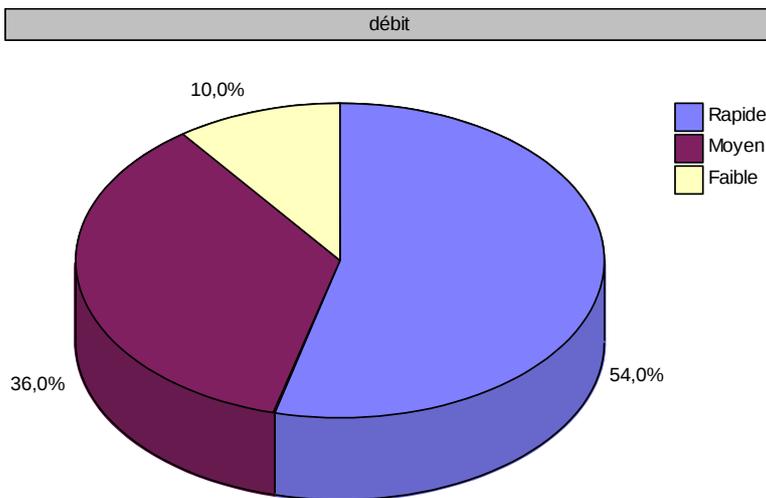


**Commentaire :**

36% de l'échantillon on connu les offres d'INWI a travers l'Internet, alors que 30% l'on connu par la télévision, la connaissance par affichage vient en 3ème lieu avec 16%, les voitures de publicités on eu un impacte très faible sur l'échantillon cela se manifeste par 6%, enfin la radio avec 5% et le bouche à oreille avec 4%, nous remarquons que 3% des personnes questionné n'on pas répondu.

**Q 9 : Comment avez-vous trouvé son débit ?**

débit	Nb. cit.	Fréq.
Rapide	54	54,0%
Moyen	36	36,0%
Faible	10	10,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**Commentaire :**

La majorité trouve que le débit du HDM cela se traduit par 54%, ensuite 36% le trouve moyen, enfin 10% pense qu'il est faible.

**Q 10 : Si vous êtes client d'INWI vous avez :**

<b>autr</b>	Nb. cit.	Fréq.
Abonnement Internet	20	20,0%
Une clé prépayée	80	80,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

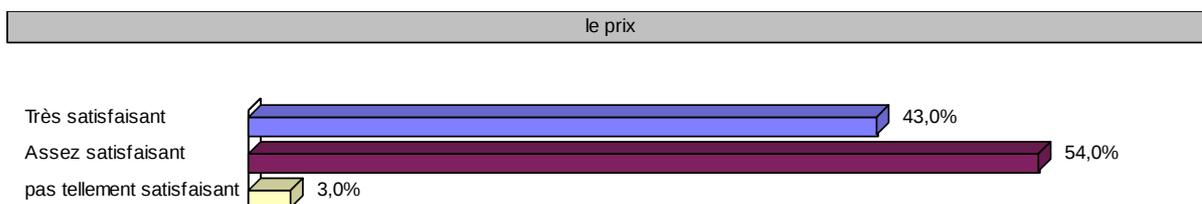


**Commentaire :**

En ce qui concerne la formule que les clients d'INWI adoptent 80% d'entre eux on une clé prépayée contre 20% qu'a un abonnement Internet.

**Q 11 : Selon vous comment trouvez vous le prix de la clé Internet INWI**

le prix	Nb. cit.	Fréq.
Très satisfaisant	43	43,0%
Assez satisfaisant	54	54,0%
pas tellement satisfaisant	3	3,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

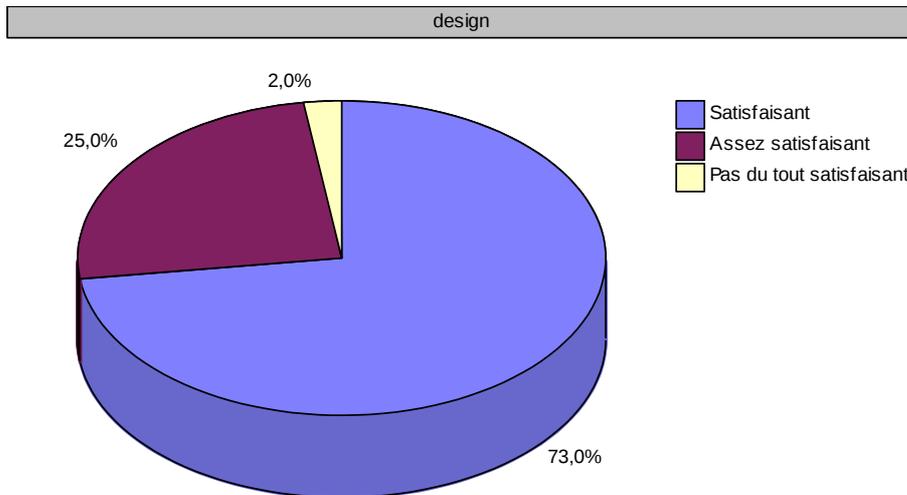


**Commentaire :**

54% de l'échantillon trouve que le prix de la clé est assez satisfaisant alors que 43% le trouve très satisfaisant, mais seulement 3% le trouve cher.

**Q 12 : Comment trouvez-vous le design de la clé Internet 3G de INWI ?**

design	Nb. cit.	Fréq.
Satisfaisant	73	73,0%
Assez satisfaisant	25	25,0%
Pas du tout satisfaisant	2	2,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

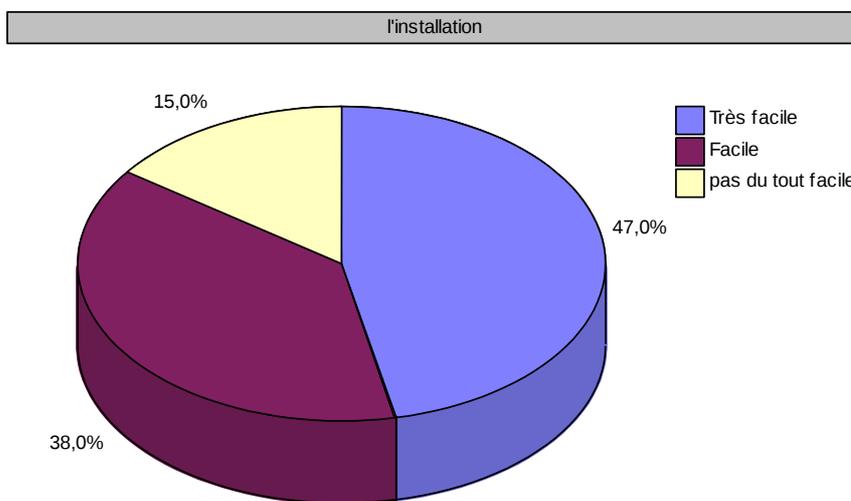


**Commentaire :**

Le design de la clé 3G connaît un succès puisque 73% le trouve satisfaisant, ensuite 25% ne le trouve que assez satisfaisant, enfin seulement 2% ne le trouve pas satisfaisant.

**Q 13 : Comment trouvez vous l'installation de la Clé Internet 3G INWI ?**

<b>l'installation</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
Très facile	47	47,0%
Facile	38	38,0%
pas du tout facile	15	15,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

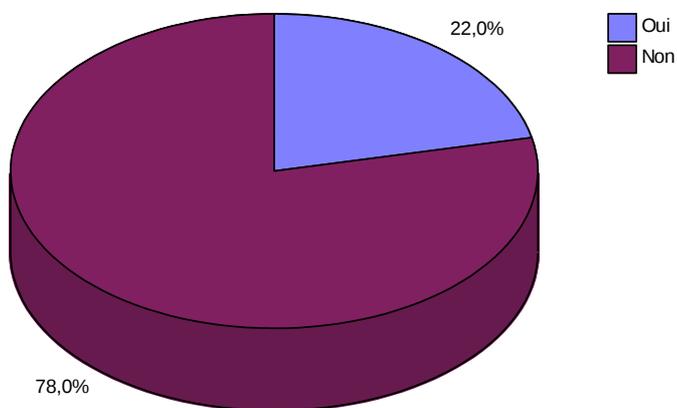


**Commentaire :**

Par rapport à l'installation de la clé 47% des personnes trouvent qu'elle est très facile à installé, 38% le trouve seulement facile, mais 15% ne le trouve pas facile a installé.

**Q 14 : Avez-vous déjà eu des problèmes de connexion ?**

problème	Nb. cit.	Fréq.
Oui	22	22,0%
Non	78	78,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**Commentaire :**

22% de notre échantillon trouve des problèmes à se connecter, alors que 78% trouve aucun souci à le faire chose qu'est bien.

**Q 15 : Si Oui, Dans quelles régions du Maroc vous n'arrivez pas a vous à connecter votre clé ?**

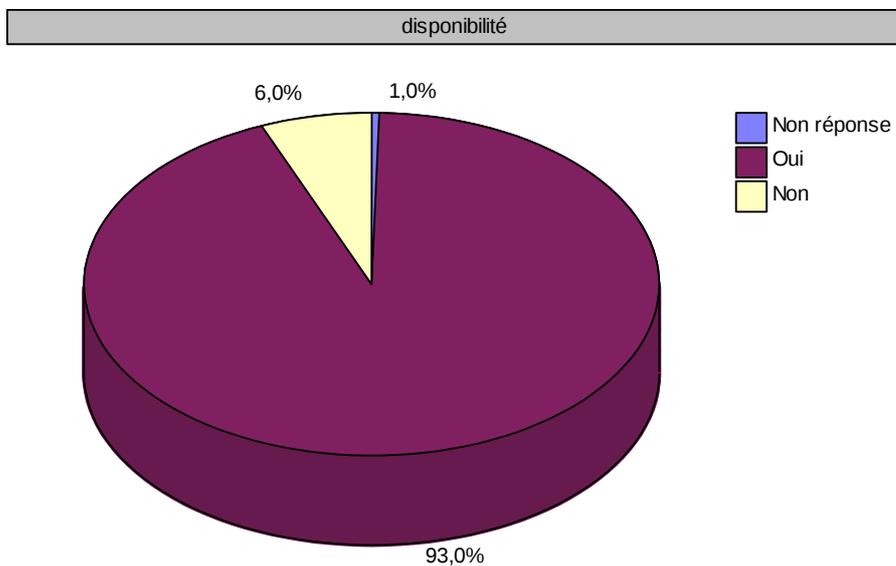
Valeurs	Nb. cit.	Fréquence
Zone fermé	6	27,3%
endroit fermé	5	22,7%
Hors ville de Casablanca	2	9,1%
Bouskoura	1	4,5%
campagne	1	4,5%
dans les endroits fermés	1	4,5%
hors Casablanca	1	4,5%
Le Sud	1	4,5%
Oujda	1	4,5%
Oulfa	1	4,5%
Sidi Bouzid	1	4,5%
Zones rurales	1	4,5%
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

**Commentaire :**

Le tableau qui précède explique les endroits ou les gens trouvent des problèmes à ce connecté.

**Q 16 : Est-ce que vous voyez que les clés internet 3G sont disponibles dans toutes les agences d'INWI ?**

disponibilité	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	1	1,0%
Oui	93	93,0%
Non	6	6,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



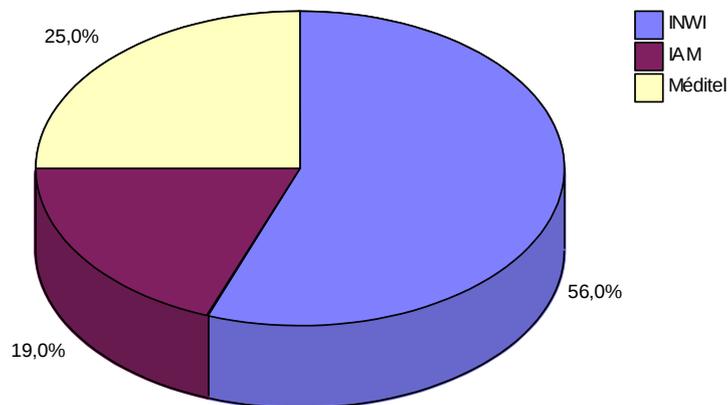
**Commentaire :**

93% des gens jugent que le HDM de INWI est présent sur tous les points de vente alors que seulement 6% trouve que ce n'es pas le cas, enfin nous trouvons que 1% n'on pas répondu a cette question pour cause indéterminé.

**Q 17 : Quel serait votre nouvel opérateur en cas d'une décision de changement de fournisseur d'Internet ?**

<b>résiliation d'abon</b>	<b>Nb. cit.</b>	<b>Fréq.</b>
INWI	56	56,0%
IAM	19	19,0%
Méditel	25	25,0%
<b>TOTAL OBS.</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

20



Pour les gens qui veulent changer de fournisseur, leur première direction est INWI, leur second c'est Méditel enfin IAM.

## **Recommandations :**

D'après le résultat de l'enquête menée, il s'avère que la cible connaît l'opérateur INWI

A partir des résultats de l'enquête nous avons tirés quelques recommandations qui sont comme suit :

- ❖ INWI doit mieux expliquer et définir son produit sur ses publicités et parlé de ses avantages pour se démarqué de ses concurrents.
- ❖ L'opérateur INWI doit améliorer la qualité et la rapidité du débit de son HDM car c'est un élément essentiel pour le client lors de son choix d'opérateur.
- ❖ Il faut qu'elle essaye de réduire le montant mensuel a payé.
- ❖ Pour les campagnes publicitaires INWI doit augmenter le nombre des affiches, pour les voitures publicitaires ils ne doivent pas seulement circuler dans les boulevards mais crée un contact avec le citoyen.
- ❖ En qui concerne l'installation, il faudra adapter les modems avec les différents system d'exploitation.
- ❖ Les zones fermés tel que les cafés, caves ... doivent être atteint par le réseau, pour que le HDM INWI soit le meilleur au niveau des In door.

## **Conclusion :**

L'ACAP nous a permis une expérience très importante par le contact direct des consommateurs, dans le but de concrétiser nos connaissances théoriques.

Cette expérience nous a permis aussi de réaliser notre projet de manière professionnelle.

Nous avons suivie un cheminement logique pour arriver à des résultats logique, nous avons mis le point sur le secteur de télécommunication au Maroc ainsi que sur les différents intervenants, ensuite nous nous somme basé sur l'entreprise en question plus précisément sur son produit qu'est le HDM.

D'après notre enquête, nous pouvons déduire que le produit HDM satisfait le consommateur marocain au niveau du débit du prix et du design mais il reste quelque point sur les quelles l'entreprise doit se basé et innové comme nous avons déjà cité dans les recommandations.

**Webographie :**

<http://www.lematin.ma/Archives/Resultat.asp>

<http://www.inwi.ma/>

<http://www.anrt.net.ma/fr/>

<http://www.iam.ma/Pages/index.aspx>

<http://www.meditel.ma/>

**Annexe :**