



1. LES BESOINS ET LES MOTIVATIONS

1. LES BESOINS ET LES MOTIVATIONS

Niveau d'aspiration

Motivation

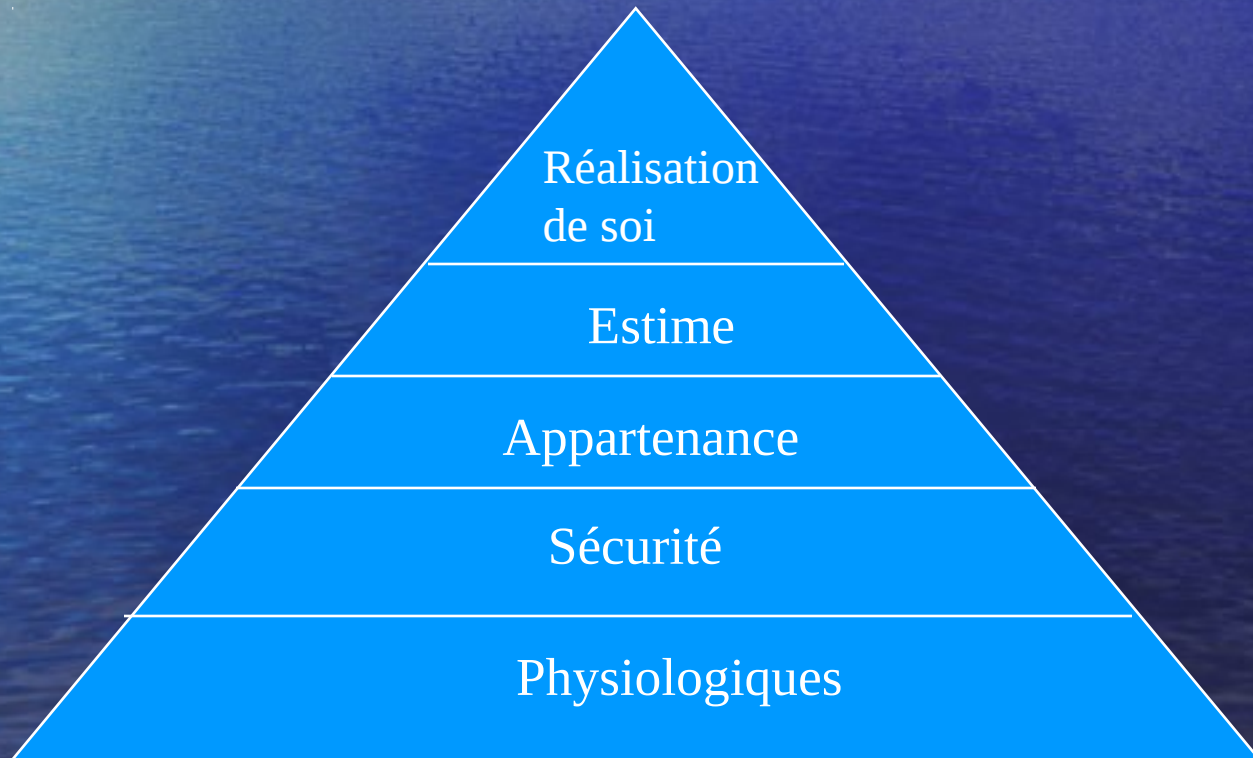
Etat actuel



- Le besoin : écart entre un niveau d'aspiration et un état actuel.
- La motivation : niveau d'écart nécessaire pour enclencher une action : elle dépend de l'espérance d'utilité et du coût nécessaire pour l'obtenir

Hiérarchie des besoins

Pyramide de Maslow (1943)



HIÉRARCHIE DES BESOINS

Classification de Hanna (1980)

- Besoin de confort
- Besoin de sécurité physique
- Besoin de sécurité matérielle
- Besoin d'acceptation par les autres
- Besoin de reconnaissance
- Besoin d'influence

CLASSIFICATION DES MOTIVATIONS

- Motivations hédonistes
- Motivations oblatives
- Motivations d'auto-expression
- Motivation de recherche de sécurité

MOTIVATIONS HÉDONISTES

- Elles reposent sur le désir de profiter de la vie

MOTIVATIONS HÉDONISTES

- Motivations orientées vers les plaisirs physiques :
 - *satisfactions élémentaires*
 - *satisfactions complexes*
- Motivations orientées vers les plaisirs non tangibles (rêve, évasion) :

Les motivations hédonistes sont des motivations égoïstes

MOTIVATIONS OBLATIVES

- Elles trouvent leur origines dans le désir de faire plaisir à autrui. En particulier aux êtres aimés. Le don a ici un caractère de sacrifice.

MOTIVATIONS D'AUTO-EXPRESSION

- *Reposent sur le désir de s'exprimer (se définir par rapport à autrui)*

Les objets sont des moyens d'expression, ils reflètent une personnalité, un mode de vie, une façon d'être, un état d'esprit..

MOTIVATIONS D'AUTO-EXPRESSION

- *Ces motivations peuvent répondre à de multiples désirs*
 - *désir de se distinguer des autres (refus des normes)*
 - *désir de choquer (excentricité dans l'habillement lié au manque de confiance en soi et recherche d'identité)*
 - *désir de passer inaperçu (vêtement traditionaliste, peur de donner de soi une image peu sérieuse)*
 - *désir de continuité (dans l'image que l'on veut de soi)*
 - *désir de rupture (changement de vêtement)*
 - *désir de puissance (voiture)*

MOTIVATIONS D'AUTO-EXPRESSION

Ces motivations qui reposent sur le besoin de se définir par rapport à autrui, nécessitent la connaissance du contexte social dans lequel évolue l'individu, ainsi que les circuits de communication entre les individus

MOTIVATIONS DE SÉCURITÉ

- **Sous toutes ses formes : physique et morale**
- **Le changement est souvent perçu comme une menace pour la sécurité**
- **La sécurité est une marchandise, elle est un facteur de vente important pour les produits (articles pour enfants, produits sophistiqués..)**

POURQUOI ET COMMENT FAIRE LES ÉTUDES DE MOTIVATIONS ?

- Fournissent des réponses partielles au pourquoi du comportement.

Etales:

- identifier les différentes motivations
- les pondérer pour dégager les motivations les plus importantes (utilité: conception des produits, création publicitaire)
- proposer des moyens pour guider les motivations

Tout acte résulte d'un compromis entre motivations et freins

LES FREINS

- Il s'agit de pulsions négatives qui empêchent la réalisation de l'acte d'achat.
- Les freins s'inscrivent dans l'univers psychologique de l'individu
- Rien ne sert de stimuler une motivation importante si l'on ignore l'existence d'un frein important
- D'où l'utilité de recenser et d'hierarchiser les freins et les motivations.

LES FREINS

- **Les freins sont induits soit par :**
 - **les besoins fondamentaux (principalement le besoin de sécurité)**
 - **les interdits moraux et sociaux**
 - **échecs vécus ou rapportés**

POIDS DES MOTIVATIONS ET DES FREINS

- La primauté d'une motivation (frein) dépend de son poids, les deux principales composantes du poids sont :
 - la force d'une motivation (frein)
 - la valorisation d'une motivation (frein)
- La force d'une motivation dépend de l'intensité du besoin
- La valorisation d'une motivation réside dans le fait qu'elle est accréditée ou non par la société et la morale en vigueur.

POIDS DES MOTIVATIONS ET DES FREINS

- **Les motivations oblatives sont valorisées contrairement aux motivations hédonistes**
- **Force et valorisation ne vont pas dans le même sens (la gourmandise chez les adultes)**