

Produit Fil Rouge

Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur



Document d'étape analyser le comportement d'achat

Nom : MAGNAN Rachel

Groupe : G6

PFR: mon PFR est une application payante qui a pour principe d'acheter des vêtements de seconde main. D'une façon opérationnelle, il faudra simplement prendre une photo du vêtement avec son smartphone et le vêtement de seconde main apparaîtra (si il existe en seconde main). Cela mettra alors en contact le vendeur qui possède le vêtement et le potentiel acheteur.

Marché générique : Gagner du temps dans la gestion de ses achats vestimentaires tout en étant éco-responsable

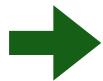
→ Indiquer et expliquer le ou les niveaux de besoin de la pyramide de Maslow satisfaits par le PFR :

Le besoin de la pyramide de Maslow que satisfait mon PFR est celui du marché générique « Gagner du temps dans la gestion de ses achats vestimentaires tout en étant éco-responsable ».

Mon PFR satisfait 2 niveaux de la pyramide de Maslow. Le premier est le besoin de sécurité. En effet, les personnes qui utiliseront mon PFR auront un sentiment de sécurité financière. Il s'agit d'accéder des vêtements de moindre coût grâce à l'accès à la seconde main. De plus, mon PFR répond au besoin de s'accomplir. En proposant une solution qui valorise les vêtements de seconde main, mon PFR permet aux utilisateurs de participer activement à la préservation de l'environnement. Ce geste altruiste contribue à un sentiment d'accomplissement, car les utilisateurs ressentent qu'ils



jouent un rôle positif dans la société en réduisant les déchets et la surconsommation. Pour de nombreux utilisateurs, adopter un mode de vie éco-responsable est une manière de vivre en accord avec leurs convictions.



Tous les risques probablement perçus à l'achat du PFR et justifier l'absence éventuelle de certains risques perçus :

- Risque financier

Le téléchargement de l'application payante implique un coût initial qui peut être perçu comme un frein, surtout si l'utilisateur n'est pas certain de la valeur qu'elle apportera. Cependant, ce risque reste limité si le prix de l'application est raisonnable et si elle apporte un réel bénéfice en termes de gain de temps.

Intensité : **faible**.

- Risque de performance

Le risque de performance pour le téléchargement de l'application repose sur la capacité de celle-ci à répondre aux attentes de l'utilisateur. Cela inclut :

- Une reconnaissance précise des vêtements photographiés.
- Une expérience utilisateur fluide et intuitive.
- Une base de données suffisamment riche pour garantir des correspondances pertinentes.

Si l'application ne fonctionne pas comme prévu ou si son algorithme est imprécis, l'utilisateur pourrait se sentir frustré ou estimer que l'investissement initial n'était pas justifié.

Intensité : **modérée**

- Risque social

Le risque social ne peut pas être perçu par les consommateurs car le fait d'acheter une application n'est pas jugé problématique puisque son utilisation s'effectue dans la sphère privée et ne représente donc pas un risque social car si l'on n'en parle pas les gens ne le savent pas.

Intensité : **nul**

→ Identifier le type d'achat et en déduire la durée et la complexité du processus d'achat du PFR

Un achat simple et court

Le téléchargement de l'application PFR peut être perçu comme un processus d'achat relativement **simple** si le consommateur a déjà pris conscience de son besoin (acheter des vêtements de seconde main rapidement et de manière éco-responsable) et qu'il a déjà utilisé des applications de vente de seconde main en ligne. De plus, le téléchargement de l'application est une action immédiate et ne demande pas une réflexion approfondie : il s'agit d'un processus **court**.

Cela correspond à un processus **court et simple**. Bien que l'achat de vêtements en seconde main semble simple, le concept de l'application repose sur une recherche active et une certaine réflexion liée à plusieurs éléments :

→ **Recherche d'informations** : L'utilisateur devra s'assurer que l'application répond à ses attentes en termes de fonctionnalités, de facilité d'utilisation et de fiabilité, tout en étant alignée avec ses valeurs, comme l'éco-responsabilité.

- **Interne** : L'utilisateur se base sur ses connaissances personnelles, son expérience avec des applications similaires (comme Vinted ou Leboncoin), ainsi que ses croyances sur l'importance de l'éco-responsabilité ou de l'innovation dans la mode circulaire. Il peut également s'appuyer sur ses précédentes expériences d'applications de seconde main et ses attentes en matière de simplicité d'usage.
- **Externe** : L'utilisateur s'appuie sur des éléments extérieurs, comme les descriptions de l'application sur les stores (Google Play, App Store), les avis et évaluations laissés par d'autres utilisateurs, ainsi que les publicités et recommandations de l'application vues sur les réseaux sociaux ou dans les médias. Il peut aussi chercher des témoignages d'amis ou d'influenceurs qui ont testé l'application et partagent leurs retours.

