

RETRANSCRIPTION DU FICHIER SON THÈME 1 PARTIE 2.3 : ETAPE 3 - EVALUATION DES POSSIBILITÉS

DIAPO 1

Une fois la prise d'informations réalisée, l'acheteur va être en mesure de choisir entre plusieurs offres qui sont à sa disposition, celle qui lui convient le mieux. Ceci correspond à la troisième étape du processus de décision d'achat, l'évaluation des possibilités. Cela signifie qu'à partir de cet ensemble d'informations qu'il a collectées, le consommateur va pouvoir comparer entre elles les offres qui se proposent à lui.

DIAPO 2

Pour comparer entre elles les différentes offres en présence, l'acheteur va prendre en considération les diverses caractéristiques de ces offres. Ces caractéristiques se nomment des attributs.

Ainsi, un produit est considéré comme un ensemble d'attributs, comme un panier d'attributs. Par exemple, une voiture est un ensemble d'attributs tels que la consommation de carburants, la notoriété de la marque, les équipements de sécurité ou encore le type de motorisation. L'ensemble des offres présentent plusieurs attributs. La prise en considération de ces différents attributs est spécifique à chaque acheteur.

DIAPO 3

Cependant, tous les attributs ne jouent pas le même rôle. Il y a donc plusieurs catégories d'attributs qui vont être identifiées ici.

Voici une représentation schématique des différents types d'attributs.

Les attributs peuvent être qualifiés d'Importants ou bien alors de Déterminants. Les attributs déterminants se scindent en deux catégories : les attributs saillants et les attributs distinctifs. Nous allons voir en détail chacune de ces catégories d'attributs dans les diapositives suivantes.

DIAPO 4

Les qualificatifs "Important et Déterminant" qui caractérisent les attributs n'ont pas exactement le même sens que dans le langage courant. Il faut donc bien comprendre la réalité que recouvrent ces termes ici.

Les attributs Importants sont les caractéristiques dont l'absence serait insupportable pour l'acheteur. Ces caractéristiques permettent d'éliminer les offres qui ne seraient pas conformes aux attentes de l'acheteur sur un point précis, mais ne permettent en aucun cas de conduire à un choix final. Ces attributs Importants ne permettent donc que d'éliminer des produits qui ne correspondraient pas aux exigences minimales de l'acheteur.



Pour départager les différentes offres, il faut donc s'intéresser aux attributs Déterminants.

DIAPO 5

Les attributs Déterminants correspondent aux caractéristiques à partir desquelles l'acheteur va opérer un arbitrage entre les différentes propositions commerciales qui restent à sa disposition.

Les attributs Déterminants qui sont les caractéristiques à partir desquelles l'acheteur va pouvoir opérer un choix final peuvent être de deux types : les attributs Saillants et les attributs Distinctifs.

DIAPO 7

Les attributs Saillants vont correspondre aux caractéristiques présentes à l'esprit de l'acheteur au moment du choix. Les critères à partir desquels il va finalement opérer son choix.

DIAPO 8

Dans le cas de l'achat d'une voiture, les attributs Saillants peuvent être par exemple la consommation de carburant ou bien encore le type de motorisation.

DIAPO 9

Les attributs Distinctifs quant à eux correspondent aux caractéristiques qui au final vont permettre de départager entre elles des offres qui semblent équivalentes sur les attributs Saillants.

Cependant, ces attributs Distinctifs ne sont pas nécessairement présents à l'esprit de l'acheteur au moment du choix. Dans l'exemple de la voiture, il peut s'agir des commandes au volant de la radio qui est le petit plus qui va faire basculer l'acheteur en faveur de telle offre plutôt qu'une autre, alors que les différentes offres étaient environ équivalentes sur les attributs Saillants.

DIAPO 10

Pour bien comprendre cette notion essentielle des attributs, intéressons-nous à la distinction des différentes catégories d'attributs sur la base d'un exemple. Retenons l'exemple de l'achat d'un ordinateur portable.

Dans ce cadre, l'attribut important pourrait être la présence d'un Port USB. L'importance de cet attribut conduirait l'acheteur à éliminer tous les ordinateurs dépourvus de Port USB. Parce que pour lui cette caractéristique est une caractéristique indispensable pour un ordinateur portable. Tous les ordinateurs portables dotés de Port USB pourraient faire l'objet d'une évaluation de la part de l'acheteur. L'acheteur va d'abord définir ses attributs Saillants.

Les attributs Saillants pour le choix d'un ordinateur portable pourraient être le poids de ce dernier, la taille de son écran, sa capacité de stockage et son prix.

Alors, l'acheteur va comparer entre eux les différents ordinateurs à partir de ces caractéristiques.

Cependant, il est fort probable que plusieurs ordinateurs pourraient convenir à son achat. Aussi pour départager les offres qui pourraient le satisfaire, l'acheteur va identifier des attributs Distinctifs. Au regard des produits qui lui sont proposés dans son environnement commercial, il choisira sans doute l'ordinateur qui non seulement répond à ces attributs Saillants, mais qui présente un petit plus qui pourrait être assimilé à un attribut Distinctif. Dans le cas présent, il pourrait s'agir par exemple de la reconnaissance digitale proposée, pour pouvoir allumer son ordinateur. Cet attribut de reconnaissance digitale n'était pas nécessairement présent à l'esprit de l'acheteur avant son choix, mais c'est une caractéristique qui va lui permettre de départager les différents ordinateurs qui satisfont à ces attributs Saillants.

Une fois que l'acheteur a identifié les attributs Importants et Saillants pour lui, dans la perspective d'un achat précis, il va comparer les offres entre elles à partir des attributs saillants uniquement. Puisque ce sont les seuls à être déterminants dans le choix final.

DIAPO 11

Cependant, pour opérer cette comparaison entre les différentes offres deux approches sont possibles : une approche compensatoire et une approche dite non-compensatoire.

DIAPO 12

Si pour comparer les offres entre elles, l'acheteur évalue les différentes possibilités d'achat selon une approche compensatoire, il vise à trouver un produit qui représente pour lui le meilleur compromis sur les attributs qu'il considère comme Saillants.

DIAPO 13

Au contraire, s'il retient une approche non compensatoire, il va choisir le produit qui le satisfait le plus sur l'attribut Saillant, qu'il juge le plus déterminant. C'est-à-dire l'attribut Saillant prioritaire pour lui. Cet attribut saillant peut être assimilé à l'avantage prioritaire recherché dans le produit. C'est le premier bénéfice recherché par le consommateur dans la satisfaction de son besoin.

DIAPO 14

Pour continuer avec l'exemple que nous avons retenu précédemment, à savoir l'achat d'un ordinateur portable, nous avons identifié alors quatre attributs Saillants : le poids de l'ordinateur, la taille de son écran, sa capacité de stockage et son prix. S'il l'acheteur retient une approche compensatoire des possibilités, alors il va choisir l'ordinateur qui pour lui est le meilleur compromis au regard de ces quatre attributs

Saillants, c'est-à-dire le meilleur rapport poids/taille écran/capacité de stockage et prix.

DIAPO 15

Par contre, s'il retient une approche non-compensatoire des possibilités d'achat, il va choisir l'ordinateur qui par exemple est le plus léger, car il considère que cet attribut Saillant est le plus déterminant pour lui. S'il considère au contraire que c'est le prix l'attribut le plus Saillant pour lui, alors il va considérer l'ordinateur le moins cher.

NB : nous vous rappelons que ces transcriptions sont sous [licence Creative Commons du type CC BY NC ND](#) : l'utilisateur doit mentionner le nom de l'auteur, il peut exploiter l'œuvre sauf dans un contexte commercial et il ne peut apporter de modifications à l'œuvre.

