**APPLICATION CHAPITRE 10 :**

**LES TRANSACTIONS NUMÉRIQUES, VECTEUR D’AMÉLIORATION DE LA RELATION AVEC LES CLIENTS ET LES USAGERS**

# le comportement d’achat de meubles (partie 1)

**« Qui est Paul ? »** est une entreprise française installée à Mornac en Charente. Elle commercialise, sous cette marque, du mobilier design. Elle connaît un développement très fort et les dirigeants s’interrogent sur la durabilité de ce succès.

L’entreprise « Qui est Paul ? » a besoin d’informations sur les tendances de consommation de mobilier design. Celles-ci permettront d’alimenter la réflexion des dirigeants sur la pertinence de leur positionnement.

A partir des documents suivants, présentez les facteurs explicatifs du comportement de l’acheteur de mobilier design en complétant le tableau ci-dessous. Certaines affirmations peuvent être placées plusieurs fois.

## Annexes

**Doc 1** : Les caractéristiques les plus importantes pour l’achat de meubles sont la qualité (89 %) et l’élégance (79 %).

**Doc 2** : L’envie d’acheter un meuble design arrive surtout après 35 ans, lorsque la situation sociale est établie pour décorer sa maison avec du mobilier de marque qui permet d’asseoir son statut

**Doc 3** : Près de la moitié des consommateurs de mobilier design suivent les marques via les réseaux sociaux. Ils veulent être informés sur des évènements et des nouveaux produits (59 %)

**Doc 4** : Rentrer dans une maison accueillante, originale et bien rangée est toujours une source de plaisir. Un beau meuble participe à ce sentiment

**Doc 5** : le prix des meubles design est très élevé

**Doc 6** : L’image d’une marque et sa réputation sont les facteurs d’achat très importants. Ils sont gage de qualité

**Doc 7** : Les consommateurs préfèrent se déplacer en boutique pour réaliser leurs achats.

**Doc 8** : Avoir ses amis « éblouis » par sa décoration est toujours une satisfaction

**Doc 9 :** les consommateurs attendent des conseils de la part des vendeurs ainsi qu’une bonne connaissance de leurs produits.

**Doc 10** : les consommateurs veulent des produits plus respectueux de leur environnement (38 %)

**Doc 11** : les magasins ne doivent pas être trop éloignés du lieu d’habitation. Les consommateurs ne veulent pas perdre trop de temps pour choisir leur produit

**Doc 12 :** Acheter un meuble design est un moyen de « s’aligner » sur le standing de ses amis et de s’intégrer dans le groupe

**Doc 13 :** la provenance est un critère d’achat important. Les consommateurs apprécient les produits français et artisanaux

**Doc 14 :** L’exclusivité est un critère d’achat cité pour 67 % des consommateurs

|  |  |
| --- | --- |
| **Besoins** |  |
| **Motivations** |  |
| **Freins** |  |
| **Attitudes** |  |
| **Attentes** |  |

# PERTINENCE DE L’OFFRE (PARTIE 2)

Montrez que l’offre proposée par « Qui est Paul ? » est pertinente au regard des attentes des consommateurs. Vous compléterez le tableau ci-dessous

## Annexe : « Qui est Paul ? », la marque tendance du moment

### Entretien avec Stéphane Delimoges, gérant de la marque « Qui est Paul ?

***« Qui est Paul ? » telle est la grande question !***

Jeune marque de mobilier design très contemporain pour l’intérieur et l’extérieur. Modernes grâce à leurs lignes fluides et arrondies. Contrairement à nos concurrents, nous osons les couleurs originales : nos meubles (tables, assises…) sont disponibles en de nombreux coloris, du plus neutre au plus lumineux : blanc, gris, noir, violet, rouge, rose, orange, jaune, vert, bleu, et même translucide.

Tous les produits sont 100 % recyclables et nous sommes quasiment les seuls à faire cette proposition. Ainsi, à une époque où la tendance du marché s’oriente vers les produits ayant un impact moins important sur l’environnement, l’entreprise a mis en place une démarche écologique basée sur le recyclage des matières. Certains fauteuils sont réalisés à partir de bouchons plastiques recyclés par exemple. Des designers[[1]](#footnote-1) connus accompagnent la marque dans son développement.

Les prix sont plutôt élevés : ils varient entre 59 € pour un arrosoir à 2 700 € pour un banc lumineux. Nos produits sont plutôt situés dans le haut de gamme. Ils sont présents en France dans plus de 400 points de vente grâce à une sélection de distributeurs. Ils sont vendus dans les grands magasins et dans les boutiques spécialisées de mobilier moderne.

***Mobilier pour l’intérieur ou l’extérieur ?***

À l’origine, les produits étaient créés pour l’extérieur car ils résistent bien aux intempéries, au froid et aux hautes températures. Mais aujourd’hui, la majorité des ventes concerne des produits destinés à l’intérieur pour amener de la couleur, tout en élégance, grâce à leurs lignes minimalistes. Ceci constitue l’originalité de notre marque. On retrouve d’ailleurs dans nos produits le principe de l’œuvre d’art, de la mise en scène.

Il faut aussi respecter le travail réalisé. Notre mobilier est fabriqué en France, selon une technique très pointue et difficile : le rotomoulage[[2]](#footnote-2). Les meubles sont fabriqués grâce à de très grands moules faits à la main.

Environ 2 heures sont nécessaires pour créer un seul meuble. On ne crée que 14 fauteuils par jour ! La technique est assez nouvelle, peu employée mais vraiment manuelle. Elle se rapproche plus de l’artisanat que du travail d’usine. Je me vois comme un artisan car la main de l’homme est indispensable.

Source : d’après [mamaisonmonjardin.com](http://www.mamaisonmonjardin.com)

|  |  |
| --- | --- |
| **Attentes des consommateurs**  **(Reprendre les éléments du tableau précédent)** | **Offre de « Qui est Paul ? »** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. Designers : concepteurs d’objets originaux. [↑](#footnote-ref-1)
2. Rotomoulage : procédé de [mise en forme](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mise_en_forme_d%27un_mat%C3%A9riau) par [moulage](https://fr.wikipedia.org/wiki/Moulage) par rotation des [matières plastiques](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mati%C3%A8re_plastique). [↑](#footnote-ref-2)