



Annexes



Table des annexes

Annexe 1 : Guide d'entretien enquête qualitative	3
Annexe 2 : Profil des consommateurs interrogés lors de la phase exploratoire	11
Annexe 3 : Questionnaire en T0.....	12
Annexe 4 : Annonces publicitaires factices.....	15
Annexe 5 : Questionnaire en T1.....	21
Annexe 6 : Affiche de recherche de répondants au CHU UCL Namur.....	26
Annexe 7 : Retranscription des entretiens	28

Annexe 1 : Guide d'entretien enquête qualitative

Bonjour,

Je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai vraiment besoin de votre collaboration afin de pouvoir réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a bien entendu ni bonne ni mauvaise réponse, simplement décrivez comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez.

Je vous remercie d'avance pour le temps que vous me consacrerez.

Objectif guide d'entretien : comprendre la manière dont les personnes effectuent leurs achats en fonction des différents canaux proposés (et de l'enseigne)

Thème : Habitudes sur Internet

- Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?
- Décrivez-moi la dernière fois que vous êtes allé sur Internet ?
 - Est-ce comme cela que vous surfez habituellement ?
 - Pourquoi ?
- Quel support utilisez-vous habituellement pour aller sur Internet ?
 - Pourquoi ?

Thème : Recherche d'informations sur le produit

- Imaginons que vous deviez acheter (choisir une catégorie de produits ...), décrivez-moi ce que vous allez faire ?
- Internet intervient-il dans votre processus ?
 - Pourquoi ?
 - Comment ?
 - Est-ce la même chose (pour une autre catégorie de produit) ?

Thème : Comportement en magasin

- Décrivez –moi votre dernier shopping en magasin ?
 - Qu'avez-vous fait ?
 - Pourquoi ?
 - Est-ce toujours comme cela que vous procédez ?
 - Pourquoi ?

- Décrivez –moi votre dernier shopping en magasin ?
 - Qu’avez-vous fait ?
 - Pourquoi ?
 - Est-ce toujours comme cela que vous procédez ?
 - Pourquoi ?
- Imaginons que vous cherchiez un produit particulier. Malheureusement, vous ne le trouvez pas en rayon. Que faites-vous ?
 - Pourquoi ?
 - Allez-vous solliciter de l’aide ou pas ?
 - Auprès de qui ?
 - Pourquoi ?

Thème : Achat d’un produit

- Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?
 - Si oui, pour quel genre de produits ?
 - Décrivez le dernier achat que vous avez effectué sur Internet
 - Est-ce toujours comme cela ?
 - Pourquoi ?
 - Quel genre de produits achetez-vous le plus sur Internet ?
 - Pourquoi ?
 - (Quelles sont vos dépenses moyennes par mois sur Internet ?)
 - Quelle est votre fréquence d’achat sur Internet par mois ?
- Qu’aimez-vous ou que n’aimez-vous pas dans le fait d’acheter des produits sur Internet ?
- Qu’aimez-vous ou que n’aimez-vous pas dans le fait d’acheter des produits en magasin ?

Thème : Relation avec l’enseigne

- Comment choisissez-vous l'enseigne où vous allez acheter votre/vos produit(s) ?
 - Choisissez-vous généralement/toujours la même enseigne ?
 - Pourquoi ?
 - Quels sont les éléments qui vous plaisent dans cette/ces enseigne(s) ?
- Quels moyens mettez-vous en place afin de rester en relation avec une enseigne (que vous appréciez particulièrement) ?
- Quels sont les éléments qui font que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne (en amont ou en aval de l'achat) ?
 - Pourquoi ?

Thème : Comportements multicanaux et cross-canaux

- Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?
- Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser plusieurs canaux (Internet, mobile, point de vente, ...) / moyens (lors du processus d'achat) ?
- J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations, je vous laisse les regarder attentivement (cfr images juste après). Prenez votre temps et quand vous avez fini, signalez-le-moi.
 - Décrivez-moi ces publicités ?
 - Qu'en pensez-vous ? / Que vous évoquent-elles ?
 - Pourquoi ?
 - Quelle est votre réaction face à ces publicités ? (Comment réagissez-vous lorsque vous êtes confrontés à ce genre de publicités ?)
 - Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes utilisent les publicités pour envoyer les clients sur certains canaux ? (par exemple magasin , internet ...)
 - Qu'en pensez-vous ?
 - Selon vous, pourquoi les marques veulent-elles envoyer leurs clients d'un canal à un autre ?
 - Quel rôle joue selon vous la communication d'une marque sur le canal que le consommateur va choisir pour s'informer sur son produit, pour l'acheter ?

Publicités montrées aux consommateurs

Supradyn



Gagnez une des 2.000 valises American Tourister

Que devez-vous faire?

1. Conservez votre ticket de caisse
2. Allez sur www.supradyn.be/gagnez
3. Introduisez le code de l'action

2N56H9

Avez-vous gagné? Félicitations!

Suivez les instructions et venez chercher la valise avec votre ticket de caisse dans votre pharmacie.

Supradyn vous souhaite un agréable voyage!

AMERICAN TOURISTER

CABIN SIZE APPROVED

BAYER

Hema



grattez & gagnez

250 € DE CRÉDIT D'ACHAT EN LIGNE OU UN DES 10.000 AUTRES PRIX

toujours gagnant

contrôlez votre code sur www.hema.be/gagnez

HEMA

Bershka



Bershka

Couleur : Noir

SOUHAITEZ-VOUS SAVOIR SI CET ARTICLE EST DISPONIBLE EN MAGASIN ?

Pour consulter la disponibilité en magasin, introduisez une ville ou un code postal. Veuillez tenir compte du fait que le stock est donné à titre indicatif, c'est pourquoi nous vous recommandons d'appeler par téléphone au magasin pour vous assurer de la disponibilité de l'article qui vous intéresse.

Introduisez une vil

Taille ▼

RECHERCHER MAGASINS

Livraisons et retours

LIVRAISON:

Livraison en magasin GRATUITE

Dans le magasin de votre choix, en 4-6 jours ouvrables
Standard 5.95 EUR

En 3-5 jours ouvrables.
Express 9.95 EUR

En 1-2 jours ouvrables

REMBOURSEMENT:

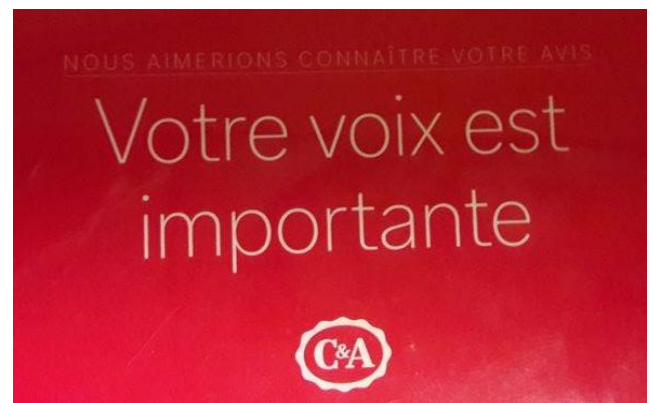
Remboursement

Vous disposez de 30 jours à compter de la date d'expédition de la commande
Retour en magasin GRATUIT

Vous pouvez restituer un produit dans l'un de nos magasins situé dans le pays dans lequel vous avez effectué votre achat.
Retour depuis le domicile GRATUIT

Vous pouvez demander le retour à domicile, sur votre compte à travers renvoi à domicile.

En savoir plus sur [échanges](#) et [retours](#)



New Look



New Look a ajouté 2 photos.

5 janvier · 🌐

Alerte Soldes !

C'est le meilleur moment de l'année pour les fashionistas en quête de bonnes affaires.

Une occasion en or pour refaire sa garde-robe d'hiver 😊

Rendez-vous vite en magasin afin de découvrir la sélection de produits soldés !

Opgepast solden!

Het beste moment van het hele jaar voor fashionista's om goede zaken te doen.

Een schitterende gelegenheid om je wintergarderobe te updaten 😊

Rep je naar de winkel om onze afgeprijsde artikelen te ontdekken!

[Voir la traduction](#)



Carrefour



Carrefour hypermarchés Belgique

8 février, 09:00 · 🌐

{CONCOURS}

Rendez-vous dans votre hypermarché Carrefour pour tenter de gagner ce superbe appartement à la mer du Nord pendant 1 an ! La mer, le soleil, la plage... et l'appartement ! Que demander de plus ? 😊

<http://bit.ly/AppartementMDN>



Cet appartement, pour vous, pendant 1 an ?

HYPER.CARREFOUR.BE

[En savoir plus](#)



 FIDÉLITÉ
  MAGASINS
  COMPT

NOUVEAUTÉS VÊTEMENTS ACCESSOIRES HOME FASHION FACTORY

uit en magasin

RETRAIT GRATUIT EN MAGASIN

NOUS VOUS OFFRONS LA POSSIBILITÉ DE VOUS FAIRE LIVRER GRATUITEMENT EN MAGASIN.

Pour ce faire, cliquez sur l'option "Livraison en magasin" lors de la validation de votre panier et choisissez le magasin de votre choix. Après avoir réglé votre commande, vous serez avertie par e-mail de l'expédition de votre colis et de sa réception dans votre magasin PIMKIE. Vous pourrez alors le retirer sous 14 jours ouvrés.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous contacter via [notre formulaire de contact](#) ou au 01 70 48 90 31.



LIVRAISON GRATUITE* EN MAGASIN



PAIEMENT SÉCURISÉ



RETOUR & ÉCHANGE GRATUIT



RETRAIT GRATUIT EN MAGASIN



E-RÉSERVATION

**ENVIE DE
PROLONGER
VOTRE SHOPPING
À DOMICILE ?**

N'ATTENDEZ PLUS ET CONSULTEZ
NOTRE BOUTIQUE EN LIGNE
WWW.C-A.COM !



WWW.C-A.COM

**BONNES RAISONS
DE VOUS RENDRE SUR
WWW.C-A.COM**

ENCORE PLUS DE COLLECTIONS, ENCORE PLUS DE CHOIX !
Vous avez encore plus de choix en ligne ! À la recherche d'un article spécifique ou d'une taille donnée ? N'attendez plus et jetez un coup d'œil à notre boutique en ligne.

TOUTE LA COLLECTION SE TROUVE EN LIGNE 24/7
Vous y trouverez facilement nos articles grâce au code produit indiqué dans les brochures.

RESTEZ EN CONTACT !
Inscrivez-vous à notre newsletter et bénéficiez de 10% de réduction sur votre prochain achat dans la boutique en ligne.

PROFITEZ DE LA LIVRAISON GRATUITE
En magasin via Click & Collect, à domicile dès 75€.

CLICK & COLLECT
Votre commande est livrée gratuitement dans le magasin de votre choix.

Après la commande online, ColliShop vous propose

LE RETRAIT OFFLINE

« Le Retrait offline » vous dites-vous, « N'est-ce pas la même chose que le retrait tout court ? »
En effet, c'est la même chose ! C'est d'ailleurs ce que ColliShop vous propose depuis toujours.
Le commerce en ligne n'est pas toujours simple. Nous avons donc décidé de mettre l'avantage numéro un de notre service en avant sous un nouveau nom : le Retrait offline.

La livraison à domicile, c'est tellement 2015. Découvrez les avantages du Retrait offline !

- 1 Retirez vous-même votre colis ▶
- 2 Votre commande près de chez vous ▶
- 3 Vous achetez après avoir examiné ▶
- 4 Vous ne payez qu'à l'enlèvement ▶
- 5 Vous êtes guidé par nos experts ▶



commandez online
retirez offline

Tous les avantages du Retrait offline ! ▶

Annexe 2 : Profil des consommateurs interrogés lors de la phase exploratoire

	Prénom	Sexe	Âge	Ville	Profession
1	Adrien	M	24	Charleroi	Etudiant (communication)
2	Catherine	F	47	Namur	Fonctionnaire
3	Philippe	M	51	Andenne	Fonctionnaire
4	Romane	F	21	Namur	Etudiante (droit)
5	Cédric	M	18	Namur	Etudiant (kiné)
6	Pierre	M	60	Namur	Formateur à la conduite
7	Marine	F	22	Bruxelles	Etudiante (droit)
8	Quentin	M	19	Eghezée	Etudiant (Education physique)
9	Candy	F	34	Namur	Huissier au Parlement Wallon
10	Bénédicte	F	55	Namur	Infirmière
11	François	M	38	Andenne	Cuisinier
12	Alain	M	63	Jambes	Fonctionnaire
13	Sandra	F	44	Ciney	Fonctionnaire
14	Elodie	F	29	Ottignies	Juriste

Annexe 3 : Questionnaire en T0

Enquête sur le comportement du consommateur

Etudiante en deuxième année de master à l'UCL Mons, je m'intéresse, dans le cadre de mon mémoire, à votre avis en tant que consommateur.

Cette étude se déroulera en deux temps. Premièrement, il vous faudra répondre à ce questionnaire. Cela vous prendra environ 5 minutes. Deuxièmement, je vous recontacterai par mail pour la suite de l'étude afin de répondre à un deuxième questionnaire. assurez-vous, cette deuxième partie ne vous prendra que 10 minutes de votre temps.

Il est certain que je m'engage à conserver l'anonymat de vos réponses dans la rédaction de mon mémoire. Vous ne devez donc pas avoir peur de vous exprimer librement. Et sachez qu'il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse.

Je vous remercie d'avance pour votre participation.
Laura Bomal

Ce questionnaire a pour but de m'aider dans mon étude sur le comportement des consommateurs. Il ne vous prendra qu'environ 5 minutes pour y répondre.

En répondant à ce questionnaire, VOUS ACCEPTEZ QUE JE VOUS RECONTACTE pour la seconde phase de ma recherche. Et pour cela je vous remercie. Soyez libre de répondre comme vous le souhaitez aux questions posées.

Il est important que vous sachiez qu'il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux différentes questions.

Il y a 7 questions dans ce questionnaire.

Remarque sur la protection de la vie privée

Ce questionnaire est anonyme.

The record kept of your survey responses does not contain any identifying information about you unless a specific question in the survey has asked for this. If you have responded to a survey that used an identifying token to allow you to access the survey, you can rest assured that the identifying token is not kept with your responses. It is managed in a separate database, and will only be updated to indicate that you have (or haven't) completed this survey. There is no way of matching identification tokens with survey responses in this survey.

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

Enquête sur le comportement du consommateur

Etudiante en deuxième année de master à l'UCL Mons, je m'intéresse, dans le cadre de mon mémoire, à votre avis en tant que consommateur.

Cette étude se déroulera en deux temps. Premièrement, il vous faudra répondre à ce questionnaire. Cela vous prendra environ 5 minutes. Deuxièmement, je vous recontacterai par mail pour la suite de l'étude afin de répondre à un deuxième questionnaire. assurez-vous, cette deuxième partie ne vous prendra que 10 minutes de votre temps.

Il est certain que je m'engage à conserver l'anonymat de vos réponses dans la rédaction de mon mémoire. Vous ne devez donc pas avoir peur de vous exprimer librement. Et sachez qu'il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse.

Je vous remercie d'avance pour votre participation.
Laura Bomal

0% 100%

Les vêtements

• Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes:

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
On peut dire que les vêtements m'intéressent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Les vêtements comptent vraiment pour moi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'accorde une importance particulière aux vêtements	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime particulièrement parler de vêtements	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je me sens particulièrement attiré(e) par les vêtements	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Le seul fait de me renseigner à propos des vêtements est un plaisir	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

Les tickets de concerts

• Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes:

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
On peut dire que les tickets de concerts m'intéressent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Les tickets de concerts comptent vraiment pour moi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'accorde une importance particulière aux tickets de concerts	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'aime particulièrement parler de tickets de concerts	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je me sens particulièrement attiré(e) par les tickets de concerts	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Le seul fait de me renseigner à propos des tickets de concerts est un plaisir	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Suivant ▶

Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

Internet

• Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes:

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Je suis doué(e) dans l'utilisation d'Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je sais comment faire pour trouver ce que je cherche sur Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'en sais plus que la majorité des internautes sur l'utilisation d'Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Suivant ▶

Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

Mobile

• Avez-vous un smartphone ?

☐ Oui ☐ Non

Suivant ▶

Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

Votre profil

* Veuillez indiquer votre genre :

☐ Féminin ☐ Masculin

* Veuillez indiquer votre âge:

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

Vos coordonnées de contact

* Merci de bien vouloir indiquer votre adresse e-mail de contact (adresse la plus utilisée). Celle-ci servira uniquement à vous recontacter pour la deuxième partie de l'étude.

Envoyer

Sortir et effacer vos réponses

N'oubliez de consulter vos mails dans les jours à venir car je vous recontacterai pour la deuxième partie de l'enquête.

Je vous remercie de votre participation !

Annexe 4 : Annonces publicitaires factices

Annonce renvoyant du canal online vers le mobile

Vêtements : « I Love Clothes »

The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying <https://www.loveclothes.com>. The main content area features a promotional banner. At the top, the word "PROMOTION" is written in large, colorful letters. Below it, the text "Sur notre application mobile !" is displayed, accompanied by a small icon of a hanger with a heart and the text "LOVE CLOTHES". The central image shows a group of five people (three men and two women) dressed in casual, trendy clothing. At the bottom of the banner, the text "-30% sur toute la collection" is prominently displayed, followed by "(uniquement valable sur l'application mobile)". Below this, the phrase "Rendez vous" is written in a cursive font, followed by "sur notre application 'Love Clothes'". A QR code is located in the bottom right corner of the banner.

Tickets de concerts : « Music Ticket »

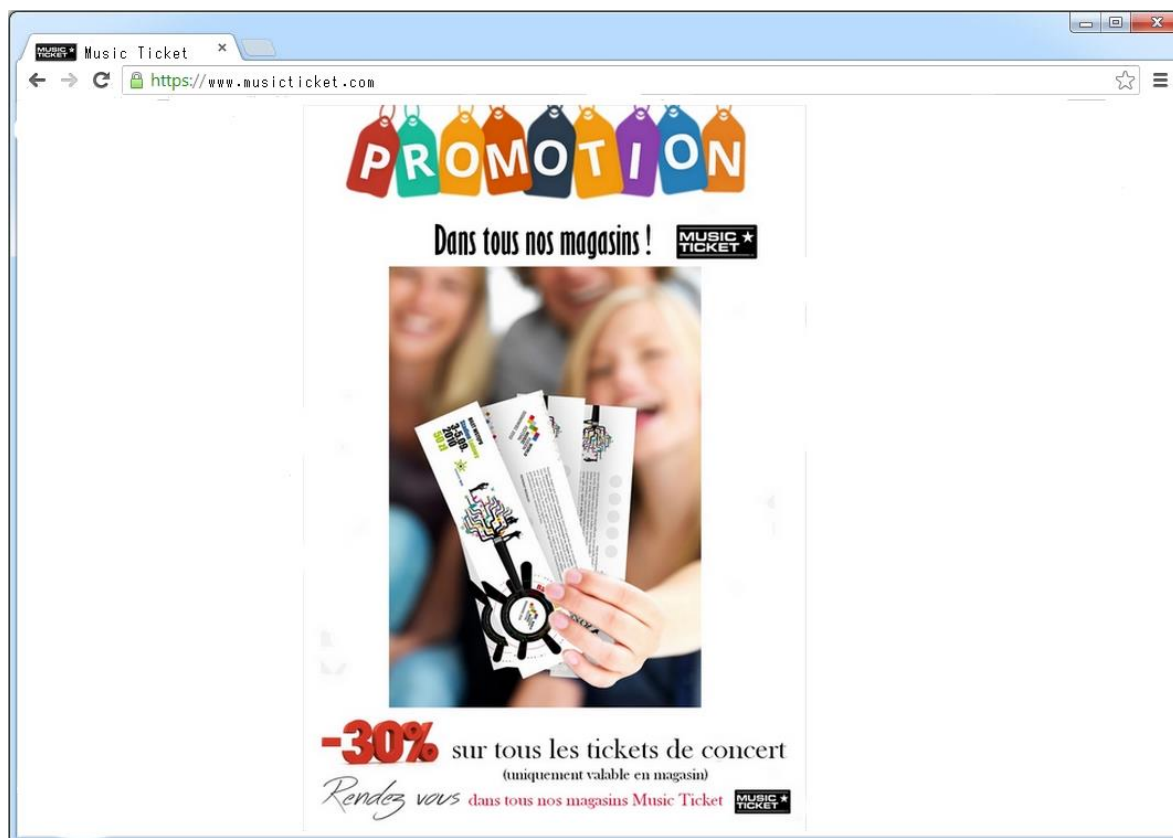
The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying <https://www.musicticket.com>. The main content area features a promotional banner. At the top, the word "PROMOTION" is written in large, colorful letters. Below it, the text "Sur notre application mobile !" is displayed, accompanied by a small icon of a hanger with a heart and the text "MUSIC TICKET". The central image shows a hand holding several concert tickets, with a blurred background of people smiling. At the bottom of the banner, the text "-30% sur tous les tickets de concert" is prominently displayed, followed by "(uniquement valable sur l'application mobile)". Below this, the phrase "Rendez vous" is written in a cursive font, followed by "sur notre application 'Music Ticket'". A QR code is located in the bottom right corner of the banner.

Annonce renvoyant du canal online vers le canal physique

Vêtements : « I Love Clothes »



Tickets de concerts : « Music Ticket »



Annonce renvoyant du mobile vers le canal online

Vêtements : « I Love Clothes »



Tickets de concerts : « Music Ticket »



Annnonce renvoyant du mobile vers le canal physique

Vêtements : « I Love Clothes »

Tickets de concerts : « Music Ticket »



Annonce renvoyant du canal physique vers le mobile

Vêtements : « I Love Clothes »

PROMOTION

Sur notre application mobile ! 



-30% sur toute la collection
(uniquement valable sur l'application mobile)

Rendez vous sur notre application "Love Clothes" 

Tickets de concerts : « Music Ticket »

PROMOTION

Sur notre application mobile ! 



-30% sur tous les tickets de concert
(uniquement valable sur l'application mobile)

Rendez vous sur notre application "Music Ticket" 

Annonce renvoyant du canal physique vers le mobile

Vêtements : « I Love Clothes »

PROMOTION

Sur tout notre site !  LOVE CLOTHES



-30% sur toute la collection
(uniquement valable sur le site Internet)

Rendez vous sur : www.loveclothes.com  LOVE CLOTHES

Tickets de concerts : « Music Ticket »

PROMOTION

Sur tout notre site !  MUSIC TICKET



-30% sur tous les tickets de concert
(uniquement valable sur le site Internet)

Rendez vous www.musicticket.com  MUSIC TICKET

Annexe 5 : Questionnaire en T1

I Love Clothes et Music Ticket (1a)

Tout d'abord, je tiens à vous remercier d'avoir accepté de participer à la seconde partie de cette enquête.
Lisez bien attentivement les questions et répondez en fonction de ce que vous pensez. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse donc soyez libres de répondre comme vous le voulez.
Encore une fois, merci de votre participation !
Laura Bomal

Il y a 23 questions dans ce questionnaire.

Remarque sur la protection de la vie privée
Ce questionnaire est anonyme.
The record kept of your survey responses does not contain any identifying information about you unless a specific question in the survey has asked for this. If you have responded to a survey that used an identifying token to allow you to access the survey, you can rest assured that the identifying token is not kept with your responses. It is managed in a separate database, and will only be updated to indicate that you have (or haven't) completed this survey. There is no way of matching identification tokens with survey responses in this survey.

Charger un questionnaire non terminé

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

I Love Clothes et Music Ticket (1a)

Tout d'abord, je tiens à vous remercier d'avoir accepté de participer à la seconde partie de cette enquête.
Lisez bien attentivement les questions et répondez en fonction de ce que vous pensez. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse donc soyez libres de répondre comme vous le voulez.
Encore une fois, merci de votre participation !
Laura Bomal

0% 100%

*** Veuillez introduire l'adresse mail que vous aviez communiquée dans le premier questionnaire et à laquelle ce deuxième questionnaire vous a été envoyé. Veuillez à introduire la bonne adresse afin que les résultats puissent correctement être analysés en fonction du premier questionnaire.**

Finir plus tard

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

Visuel d'une des douze publicités présentées en annexe 4 :

Avez-vous vu la publicité ?

☒ Oui ☐ Non

Finir plus tard

Suivant »

Sortir et effacer vos réponses

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Cette annonce me plaît vraiment	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je reverrais très volontier cette annonce	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cette annonce ne m'a pas laissé(e) indifférent(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux affirmations suivantes :

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes n'est pas du tout crédible	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes est très crédible
Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes n'est pas du tout plausible	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes est très plausible
Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes n'est pas du tout réaliste	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce d'I Love Clothes est très réaliste

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de vêtements I Love Clothes. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mon attitude générale par rapport à la marque I Love Clothes est très défavorable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Mon attitude générale par rapport à la marque I Love Clothes est très favorable
La marque I Love Clothes est une marque de très mauvaise qualité	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque I Love Clothes est une marque de très bonne qualité
La marque I Love Clothes est très désagréable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque I Love Clothes est très agréable
La marque I Love Clothes ne me plaît pas du tout	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque I Love Clothes me plaît tout à fait
Je déteste la marque I Love Clothes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	J'adore la marque I Love Clothes
La marque I Love Clothes est une marque très bas de gamme	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque I Love Clothes est une marque très haut de gamme

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Je voudrais visiter I Love Clothes plutôt que de visiter d'autres magasins	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis prêt(e) à encourager les autres à visiter I Love Clothes plutôt qu'un autre magasin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de visiter I Love Clothes dans l'avenir	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de vêtements I Love Clothes. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Si vous considérez l'achat d'un vêtement, quelle serait la volonté de faire vos achats chez I Love Clothes ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Absolument pas disposé à faire du shopping chez I Love Clothes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tout à fait disposé à faire du shopping chez I Love Clothes

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de vêtements I Love Clothes. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Si vous pensiez à acheter un vêtement iriez-vous chez I Love Clothes ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Absolument pas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Très certainement

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de vêtements I Love Clothes. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Quelle est la probabilité que vous achetiez chez I Love Clothes si vous envisagiez d'acheter un vêtement ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Pas probable du tout	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Très probable

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
J'ai l'intention de dire des choses positives à propos de I Love Clothes à des amis, à des parents et à d'autres personnes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de recommander à des amis, des parents et d'autres personnes d'acheter des produits chez I Love Clothes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
En allant sur des forums, je pourrais parler positivement de I Love Clothes à des personnes susceptibles d'être intéressées	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Je peux faire confiance à I Love Clothes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je peux compter sur I Love Clothes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I Love Clothes une marque honnête	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
I Love Clothes est une marque sûre	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec l'affirmation suivante:

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
L'annonce proposée par l'enseigne I Love Clothes me renvoyait du site Internet de l'enseigne vers l'application mobile de l'enseigne	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Finir plus tard Suivant > Sortir et effacer vos réponses

Visuel d'une des douze publicités présentées en annexe 4 :

Avez-vous vu cette publicité ?

☐ Oui ☐ Non

Finir plus tard Suivant > Sortir et effacer vos réponses

0% 100%

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Cette annonce me plaît vraiment	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je reverrais très volontiers cette annonce	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cette annonce ne m'a pas laissé(e) indifférent(e)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux affirmations suivantes :

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Je trouve que l'annonce de Music Ticket n'est pas du tout crédible	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce de Music Ticket est très crédible
Je trouve que l'annonce de Music Ticket n'est pas du tout plausible	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce de Music Ticket est très plausible
Je trouve que l'annonce de Music Ticket n'est pas du tout réaliste	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je trouve que l'annonce de Music Ticket est très réaliste

• Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de tickets de concerts Music Ticket. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mon attitude générale par rapport à la marque Music Ticket est très défavorable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Mon attitude générale par rapport à la marque Music Ticket est très favorable
La marque Music Ticket est une marque de très mauvaise qualité	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque Music Ticket est une marque de très bonne qualité
La marque Music Ticket est très désagréable	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque Music Ticket est très agréable
La marque Music Ticket ne me plaît pas du tout	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque Music Ticket me plaît tout à fait
Je déteste la marque Music Ticket	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	J'adore la marque Music Ticket
La marque Music Ticket est une marque très basse de gamme	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	La marque Music Ticket est une marque très haut de gamme

• Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Je voudrais visiter Music Ticket plutôt que de visiter d'autres magasins	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je suis prêt(e) à encourager les autres à visiter Music Ticket plutôt qu'un autre magasin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de visiter Music Ticket dans l'avenir	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

• Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de tickets de concerts Music Ticket. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Si vous considérez l'achat d'un ticket de concert, quelle serait la volonté de faire vos achats chez Music Ticket ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Absolument pas disposé à faire du shopping chez Music Ticket	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Tout à fait disposé à faire du shopping chez Music Ticket

• Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de tickets de concerts Music Ticket. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Si vous pensiez à acheter un ticket de concert, iriez-vous chez Music Ticket ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Absolument pas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Très certainement

* Sur une échelle de -3 à 3, veuillez indiquer où vous vous situez par rapport aux différentes affirmations suivantes concernant la marque de tickets de concerts Music Ticket. Même si vous ne connaissez pas ou pas bien cette marque, répondez en fonction de l'impression que vous en avez.

Quelle est la probabilité que vous achetiez chez Music Ticket si vous envisagiez d'acheter ticket de concert ?

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Pas probable du tout	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Très probable

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
J'ai l'intention de dire des choses positives à propos de Music Ticket à des amis, à des parents et à d'autres personnes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
J'ai l'intention de recommander à des amis, des parents et d'autres personnes d'acheter des produits chez Music Ticket	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
En allant sur des forums, je pourrais parler positivement de Music Ticket à des personnes susceptibles d'être intéressées	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
Je peux faire confiance à Music Ticket	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Je peux compter sur Music Ticket	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Music Ticket une marque honnête	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Music Ticket est une marque sûre	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* Veuillez marquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les affirmations suivantes :

	Pas du tout d'accord	Moyennement pas d'accord	Faiblement pas d'accord	Ni en accord, ni en désaccord	Faiblement d'accord	Moyennement d'accord	Tout à fait d'accord
L'annonce proposée par l'enseigne Music Ticket me renvoyait du site Internet de l'enseigne vers l'application mobile de l'enseigne	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Finir plus tard

Envoyer

Sortir et effacer vos réponses

Je tiens à vous remercier pour le temps que vous m'avez consacré de par votre participation à ces deux questionnaires !

Bonjour,

Je suis étudiante en master en communication et je réalise actuellement mon mémoire de fin d'études sur les habitudes de shopping (en magasin et en ligne). Pour réaliser ce travail, je suis à la recherche d'une dizaine de personnes qui accepteraient de consacrer environ 1 heure de leur temps. Etant actuellement hospitalisée, il n'est pas aisé pour moi de trouver les personnes et c'est pour cette raison que je poste cette annonce. Je recherche des personnes entre 18 et 65 ans (idéalement entre 30 et 65 ans ayant déjà quelques répondants plus jeunes).

Sans votre aide, je ne pourrai pas réaliser mon travail car j'ai besoin d'interroger des vrais consommateurs, personnes comme vous et il n'y a bien entendu ni bonne ni mauvaise réponse aux questions posées

Si vous pensez correspondre aux profils recherchés et que vous auriez un peu de temps à me consacrer pour cela, veuillez me contacter par mail à l'adresse suivante, laura.bomal@student.uclouvain.be ou par téléphone (SMS de préférence et je vous rappellerai) au 0475/78.55.33. Si vous ne vous situez pas dans les catégories d'âge citées ci-dessus mais que vous êtes intéressés de participer à cette enquête, n'hésitez pas à me contacter.

Merci d'avance,

Laura Bomal, étudiante et patiente en service de revalidation

Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33
Laura.bomal@student.uclouvain.be ; 0475/78.55.33

Annexe 7 : Retranscription des entretiens

Entretien de Catherine (47 ans)

Moi : Bonjour madame, tout d'abord merci d'être venue aujourd'hui afin de m'aider à réaliser mon mémoire de fin d'étude. Donc ici, je vais vous poser quelques questions afin de comprendre la manière dont les consommateurs vont réaliser leurs achats. A ces questions, il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse. Vous répondez simplement, vous décrivez comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Donc il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse, vous avez bien saisi ça ?

Répondant : oui

Moi : on va commencer par un premier thème qui concerne Internet et plus particulièrement les habitudes sur Internet. Tout d'abord, combien de temps passez-vous environ par jour sur Internet ?

Répondant : C'est difficile ça. Il y a des périodes où j'y vais plus mais de ces temps-ci je n'y vais pas souvent. Je dirais entre une demi-heure et une heure.

Moi : dans un cadre personnel, professionnel... ?

Répondant : Professionnel je n'y vais jamais quasiment sur Internet, c'est un Intranet. Je dirais donc bien entre trente minutes et une heure.

Moi : Décrivez-moi un petit peu la dernière fois où vous êtes allé sur Internet justement.

Répondant : Ah en fait c'est vrai qu'on y va plus souvent qu'on ne le pense. Ici, je viens de faire mes virements via Internet Banking. Ça prend vite 10-15 minutes. Mais de ces temps-ci je ne vais vraiment pas beaucoup. Je vais également sur 2ememain.be.

Moi : Sur quel(s) support(s) surfez-vous ?

Répondant : Sur mon ordinateur portable.

Moi : D'accord. Donc vous surfez toujours sur votre ordinateur portable ?

Répondant : Je dirais 80% ordinateur et 20% smartphone.

Moi : Je reviens sur la situation que vous m'avez décrite concernant la dernière fois où vous êtes allée sur Internet. Vous dites que vous n'allez pas beaucoup sur Internet pour le moment. Ce n'est donc pas une situation habituelle ? Pour le moment vous y allez moins ?

Répondant : Oui tout à fait, j'y vais beaucoup moins de ces temps-ci et ça ne reflète pas mes habitudes.

Moi : Décrivez-moi donc comment vous surfez habituellement, dans une période normale.

Répondant : 1 heure par jour sur 2ememain.be, les actualités ...

Moi : Pas de réseaux sociaux ?

Répondant : Ah si, Facebook et ça plutôt sur mon smartphone.

Moi : Uniquement sur le smartphone ?

Répondant : Oui, quasiment pas sur l'ordinateur. Presqu'exclusivement sur l'application mobile Facebook.

Moi : Donc concernant les supports que vous utilisez pour aller sur Internet, vous m'avez dit 80% l'ordinateur et 20% le smartphone. Pourquoi ?

Répondant : C'est plus facile. L'écran est plus grand. Je commence à m'habituer à Internet sur smartphone mais j'ai plus de mal. Mais je commence quand même.

Moi : Donc plus facile au niveau du design ?

Répondant : Oui.

Moi : Vous ne pensez pas que cela puisse être plus facile également sur le smartphone comme vous en parliez pour les virements par exemple ?

Répondant : J'ai plus peur de la sécurité sur le smartphone.

Moi : Imaginons vous devez acheter un produit électronique, par exemple un téléphone ou une télévision, décrivez-moi ce que vous allez faire lors du processus d'achat et plus particulièrement lors de la phase d'information d'un produit. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Si j'ai le temps, que je ne pas trop pressée, je vais aller sur Test Achats chercher des informations mais je le fais quand même rarement. Pour l'achat, je vais taper le modèle que je veux, je vais voir un peu les prix.

Moi : Vous allez taper ça où ?

Répondant : Sur Internet. Je regarde les avis sur Test Achats, soit je regarde les magazines ou avec mon espace client je vais directement voir sur le site de Test Achats. Je regarde de temps et je tape par exemple « frigo ». Et là, j'ai la marque des frigos qu'ils conseillent. Si je décèle un modèle que j'aime bien, je vais peut-être taper ce modèle-là et regarder dans plusieurs magasins. Et après cela je vais me décider. Si je n'ai pas le temps, de ces temps-ci par exemple, je vais plus au Carrefour et je vois un peu la gamme de prix et ce qui est intéressant.

Moi : Internet est pour un objet de comparaison ? C'est pour cela que vous l'utilisez ?

Répondant : Oui à fond. Pour les voyages, pour tout. Pour comparer les prix oui.

Moi : Vous agiriez de la même manière si cela concernait des vêtements par exemple ?

Décrivez-moi comment vous agiriez si vous deviez acheter des vêtements.

Répondant : Non ce ne serait pas la même chose du tout. Souvent, je vais dans un magasin, j'essaie et j'achète souvent un tiers seulement de ce que j'essaie. Mais je ne compare jamais.

Moi : Si vous n'avez pas acheté un produit et que finalement vous vous dites, je le veux, comment allez-vous agir ?

Répondant : Je n'agis que par shopping sur place. Je ne vais jamais aller voir ailleurs. S'il n'y a pas la taille, à mon âge, je n'aurais jamais le réflexe d'aller voir sur le site Internet par exemple.

Moi : Vous me parlez justement du fait que vous faites du shopping en magasin. Eh bien, pourriez-vous me décrire votre dernière séance de shopping en magasin ?

Répondant : C'était hier. Comme j'avais vu un manteau que j'aimais bien et que je voulais acheter. Il était d'abord à 10%, puis à 20%, puis à 30% mais j'hésitais quand même car il était un peu petit. Je me suis dit que c'était la fin des soldes et que donc il serait peut-être moins cher. Il était à 30% mais avec la fin des soldes, il y avait encore des remises supplémentaires. Si on achetait deux articles, on avait encore 20% supplémentaires. Si on achetait trois articles,

on avait 30% supplémentaires. Et donc voilà, j'ai acheté quatre pièces afin d'avoir les 30% supplémentaires.

Moi : Et c'est toujours ainsi que vous allez procéder donc ?

Répondant : Oui, je me balade et je me dis « Tiens il me manque des pantalons ». Je me ballade et j'achète des pantalons. Je cherche des choses précises et je regarde à ces choses essentiellement mais parfois je tombe sur des choses que je ne cherchais pas au départ. Par exemple, hier il me fallait des pantalons mais il n'y avait plus de pantalons et donc j'ai acheté des pulls afin d'avoir mes trois pièces et de bénéficier des 30%. Et donc dans ce cas-là, je vais acheter plus et pas nécessairement les choses que je cherchais au départ.

Moi : On va imaginer que vous cherchiez un produit particulier, justement cette veste que vous vouliez acheter, mais vous ne le trouvez pas ne rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je ne cherche jamais rien en particulier.

Moi : Ici, vous retourniez tout de même pour cette veste que vous aviez vue. Vous ne la voyez pas dans le magasin, qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je me dis tant pis et que j'aurais dû l'acheter plus tôt. Comme d'habitude.

Moi : Vous allez sollicitez de l'aide ?

Répondant : Non, je me dis que c'était le destin. Elle n'est plus là et c'est comme ça.

Moi : Vous n'allez pas vous dire qu'il en reste peut-être quelque part ou que sais-je ?

Répondant : Parfois je demande. Si j'aime vraiment bien, je vais demander s'il n'y a pas le produit dans un autre magasin. Ça j'ai déjà fait chez JBC.

Moi : Vous sollicitez de l'aide auprès de qui dans ce cas-là ?

Répondant : Auprès d'une vendeuse. Je vais lui demander s'il n'y a pas le produit en L dans un autre magasin. Là ils regardent et on peut la faire revenir. Ça certains magasins font, JBC notamment. Mais je vais agir comme cela si c'est un produit que j'aime vraiment bien. Si j'aime sans plus, je ne ferai pas cette démarche. Et à vrai dire, je fais ça rarement. Je reviens au manteau que j'ai finalement acheté. Et c'est vrai que ce manteau-là, je trouvais qu'en L il était un tout petit peu petit et j'avais été demandé à une vendeuse s'ils ne l'avaient pas en XL.

Et là elle m'a montré sur l'étiquette toutes les tailles disponibles et que ça n'existait pas en XL. Mais c'est vrai que j'aimais tellement bien ce manteau que je l'aurais fait venir d'un autre magasin à Namur.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : De vêtements ?

Moi : Des achats en général.

Répondant : J'ai des enfants. J'ai une fille qui fait beaucoup d'achats sur Internet, notamment des baskets.

Moi : Oui d'accord mais est-ce que vous vous effectuez des achats sur Internet ?

Répondant : J'en fais un peu. J'ai acheté un livre sur Amazon il n'y a pas longtemps.

Moi : Pour quel genre des produits en général ?

Répondant : Des livres, des accessoires de GSM (des plastiques pour les GSM). J'achète beaucoup en occasion sur Internet. Ce n'est pas tout à fait la même chose mais quand même. Je regarde beaucoup sur 2ememain.be. Je regarde sur Internet. J'ai fait beaucoup ces derniers temps, un salon, pleins de trucs. Sur Internet, c'est quoi ma dernière commande ?

Moi : Décrivez-moi justement le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : J'ai acheté un livre de Palo Alto sur Amazon.

Moi : Et est-ce toujours comme cela que vous procédez ?

Répondant : Pour les livres oui, toujours par Internet. Fin pas tout le temps mais beaucoup en tout cas. C'est facile. Les livres, c'est vrai que je trouve que c'est assez pratique.

Moi : Vous diriez que c'est le produit que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : Je dirais que les livres c'est ce que j'achète le plus. Vêtements je n'ai jamais fait par Internet, je déteste.

Moi : Imaginons, vous devez partir en vacances, par quel biais allez-vous passer ?

Répondant : Ah oui, par Internet. Je réserve toujours mes vacances par Internet.

Moi : Vous diriez toujours que les livres sont le produit que vous achetez le plus ?

Répondant : Non, je dirais plutôt les vacances. Je ne pense pas que c'est un objet les vacances en fait. Je n'ai pas pensé à cette possibilité à vrai dire.

Moi : Ce n'est pas un objet en tant que tel, c'est plutôt un service mais c'est un achat d'un service sur Internet. Il y aurait-il d'autres choses auxquelles vous pensez ?

Répondant : Oui ces derniers temps, j'ai beaucoup acheté mes billets de train via mon smartphone.

Moi : Comme quoi, on achète sur Internet mais on ne se rend pas toujours compte qu'on achète sur Internet.

Répondant : Oui c'est vrai. Je pense à Groupon aussi maintenant. Les concerts aussi. Le théâtre, je ne vais jamais au théâtre pour acheter mes billets, je le fais toujours par Internet.

Moi : Et pourquoi plutôt par Internet ?

Répondant : C'est plus facile. Il n'y a pas besoin de se déplacer. C'est un gain de temps énorme. Je peux choisir ma place. C'est vraiment super facile, pour payer aussi. Je gagne combien de temps ? Vraiment énorme. Je le fais au moment où j'y pense, sinon je me dis je vais le faire demain et finalement je le fais pas, je perds du temps puis il n'y a plus de place. Théâtre et concerts, toujours par Internet, je n'ai jamais fait autrement.

Moi : Et quelle est votre fréquence d'achat sur Internet ? Qualifieriez-vous cela par semaine, par mois, par an ?

Répondant : Je dirais que j'achète environ 3 fois par mois sur Internet. Enfin, c'est difficile à dire. De ces temps-ci je n'ai plus beaucoup acheté sur Internet. Je dois uniquement prendre mes achats à moi ? Pas les achats pour mes enfants par exemple ?

Moi : Donc vous achetez également pour vos enfants ?

Répondant : Oui. Pour moi, je dirais deux fois par mois. Et si je commence à acheter pour mes enfants, c'est plus.

Moi : Décrivez un peu comment ça se passe lorsque vous effectuez des achats pour vos enfants.

Répondant : Les enfants me disent je veux ça, ils mettent dans le panier et puis je paie. Là dans ce cas, je fais la transaction. Ou parfois je prête ma carte aussi.

Moi : Donc pour moi-même, je dirais deux fois par mois. Sur le mois de janvier je n'ai pas beaucoup acheté. Quoi que ça va vite en fait. J'ai acheté un livre de Palo Alto, des baskets pour ma fille mais elle me les a remboursées.

Qu'aimez-vous et/ou que n'aimez-vous dans le fait d'acheter sur Internet ? Qu'est-ce qui vous plaît tout d'abord ?

Répondant : Le gain de temps, les prix plus intéressants. En effet, souvent les offres sur Internet sont plus intéressantes. En plus, on peut voir le produit à l'extérieur par soi-même et après si on est sûr on va le commander sur Internet. Et donc on a quand même l'occasion de voir le produit en vrai avant de l'acheter.

Moi : Donc vous avez tendance parfois à aller voir le produit en magasin puis à l'acheter sur Internet ?

Répondant : Oui je dois avouer que ça m'arrive...

Moi : Et qu'est-ce que vous n'aimez pas dans le fait d'acheter sur Internet ?

Répondant : Je n'achèterai jamais des vêtements sur Internet car je suis trop difficile et que j'ai peur que les tailles ne me conviennent pas. Je suis un peu parfois pas négligente mais je vais acheter en me disant que je peux reporter et au final je vais oublier de reporter. Et au final, le gain d'argent que j'aurai je vais le perdre car les vêtements vont rester dans mon armoire. Des vêtements ça c'est non, je déteste acheter. Donc des produits faciles d'accès, que je ne dois pas essayer ça, ça va. Il y en a beaucoup qui ont peur de la sécurité sur Internet, moi je n'ai pas du tout peur de cela. Je suis plus du genre à aimer faire des achats sur Internet. Mais pour des gros trucs de valeur je ne le ferais pas par exemple. Il y a une valeur limite pour laquelle je ne le ferais pas. Je ne pense pas que pour une valeur de 500€ j'achèterais sur Internet. Je voudrais m'acheter un four à vapeur et il y en a des meilleurs marchés en Allemagne. Mais un four à 1000€ ça je ne crois pas que je commanderais. J'aurais peur qu'il n'arrive pas, qu'il ne soit pas livré, qu'on le dépose à l'arrière de ma maison et qu'on me le

pique. Donc il y a une valeur limite pour acheter sur Internet qui est pour moi de 200€ je dirais.

Moi : Qu'est-ce que vous aimez et/ou n'aimez pas dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : C'est facile car en magasin on a tout de suite le produit quand on l'achète, on le voit. On voit les promotions en magasin. Si on est sur place, c'est une rapidité. En magasin, on a un conseil et ça j'aime bien. Je demande aux gens et du coup j'ai des conseils.

Moi : Vous sollicitez donc de l'aide en magasin ?

Répondant : Toujours oui.

Moi : Auprès de qui ?

Répondant : Je vais souvent au Carrefour et là je vais demander des conseils aux vendeurs. Si je veux acheter un ordinateur, je demande au vendeur de me présenter un ordinateur pour tel prix. Si je vais pour un smartphone, je lui demande ce qu'il pense des différentes marques. Oui, je sollicite de l'aide. C'est l'avantage d'aller en magasin. Et qu'est-ce que j'aime dans le fait d'aller en magasin, c'est le conseil.

Moi : Vous considérez donc ne pas bénéficier de ce conseil sur Internet ?

Répondant : Non. Il faut aller voir avant sur Internet. Sur Internet, il faut chercher par soi-même et ça, ça prend du temps.

Moi : Vous vous fiez donc de préférence à l'avis d'un vendeur et non d'autres personnes ?

Répondant : Non beaucoup moins. Je fais plus confiance aux vendeurs dans les magasins.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : Je vais choisir l'enseigne sur base du fait que ce soit un nom connu et la proximité.

Moi : Vous allez toujours choisir la même enseigne ?

Répondant : Si c'est pour mes courses alimentaires ce sera toujours Colruyt d'abord et Carrefour après.

Moi : Je vois donc que vous n'allez pas toujours choisir la même enseigne pour faire votre shopping. Pourquoi ?

Répondant : Parce qu'il y a des produits qu'il y a un endroit et qu'il n'y a pas à d'autres.

Selon où je me situe à un moment, je me dis « Tiens je vais aller là ».

Moi : Il y a-t-il une enseigne que vous affectez plus que les autres que ce soit pour l'alimentaire ou encore les vêtements ?

Répondant : Pour les courses alimentaires ce sera Colruyt. Pour les vêtements je ne choisis pas toujours la même enseigne. Mais j'aime bien JBC quand même.

Moi : Qu'est-ce qui vous plait particulièrement dans cette dernière enseigne ?

Répondant : Je sais que ce sont des coupes qui me vont bien. Chez Zara, ce sont pour les plus jeunes et minces. A une époque j'aimais bien Zara mais maintenant je ne vais plus chez Zara. JBC est une marque qui me convient mieux désormais et je sais qu'en essayant là-bas ça ira.

Moi : Si nous prenons l'exemple de JBC, quel(s) moyen(s) allez-vous mettre en place pour rester en relation avec cette enseigne ?

Répondant : Moi je ne vais rien faire, c'est plutôt eux qui mettent en place. Ils m'envoient des publicités, ils me disent que j'ai des points, ils m'envoient les promotions. Moi je ne mets rien en place.

Moi : Par quel canal vous envoient-ils tout cela ?

Répondant : Ils me contactent essentiellement par mail et par courrier postal. En tout cas concernant JBC. Ils m'envoient des petits autocollants. Ils me disent cette semaine il y aura 20%, 30%. Je dirais que c'est eux qui reste en contact avec moi et pas l'inverse.

Moi : Donc vous ne mettez pas de moyens en place afin de rester en relation avec cette enseigne ?

Répondant : Si quand même un peu. Si je me ballade, je vais me dire « Oh tiens, j'irais bien chez JBC ». Mais uniquement en me baladant.

Moi : Et quels sont les éléments qui font que vous allez parfois vous rendre sur le site d'une enseigne, JBC par exemple ?

Répondant : Je ne vais jamais sur le site Internet de JBC. Je ne vais pas sur des sites de vêtements sauf quand c'est pour mes enfants. Par contre, j'irai sur le site de l'enseigne Colruyt si je dois une fois cuisiner, voir si le produit existe, à quel prix.

Moi : Vous me dites donc que vous n'iriez pas sur le site Internet d'une enseigne si cela concernait des vêtements, par exemple, mais que vous le feriez pour de l'alimentaire.

Pourquoi ?

Répondant : Je le fais parfois si je dois faire une communion par exemple. Si je dois faire des prix de revient et voir combien ça va coûter, je commence à regarder sur Collishop où il y a tous les produits que Colruyt vend et là je vais aller voir. Mais rien que dans ce contexte-là. Vraiment pour des prix de revient ou si je dois faire un gâteau pour quelqu'un, je commence à regarder sur Internet les prix et comme ça je vois un peu combien ça va me coûter.

Moi : Vous ne diriez donc pas qu'aller sur le site d'une enseigne pour rester en relation avec elle est une habitude ?

Répondant : Non, à part Collishop qui est une enseigne que je regarde souvent car ils ont souvent des publicités, ils envoient des bons 10% dont on peut bénéficier à la caisse du Colruyt.

Moi : Ils vous envoient d'abord quelque chose pour que vous alliez sur ce site ou vous y allez de vous-même ?

Répondant : Comme je fais mes courses et qu'il y a souvent à la caisse des petits papiers Collishop annonçant « Oh cette semaine 10% », je le prends. Mais ils m'envoient aussi les catalogues où on retrouve les soldes notamment.

C'est vrai que maintenant quand on parlait d'achats sur Internet tantôt, sur Collishop j'achète de temps en temps. L'autre jour j'ai acheté un sèche-cheveux.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Je dirais que je suis une acheteuse impulsive. Ce n'est pas déraisonné mais je ne passe pas des heures à comparer. Donc oui, c'est impulsif.

Moi : Quels sont éléments qui vont pousser à utiliser plusieurs canaux lors d'un processus d'achat ? Par canaux j'entends Internet, tout ce qui est mobile, tout ce qui est point de vente donc en magasin. Quels sont les éléments qui vont vous pousser à utiliser plusieurs de ces canaux ?

Répondant : Le prix. Plus c'est cher et plus je vais avoir envie d'utiliser plusieurs canaux.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Pour comparer. Si c'est des petits prix, je ne m'amuse pas à comparer sinon c'est la folie et on perd du temps.

Moi : Et donc quel canal utilisez-vous ?

Répondant : Tout dépend du produit. Si je veux acheter une nouvelle voiture, je vais aller au garage, je vais regarder sur 2ememain.be, je vais regarder sur TestAchat, je vais regarder des sites de comparaison de voitures en me disant « Tiens ils me parlent de telle voiture ». Donc là je vais quand même passer du temps. C'est vraiment en fonction du prix de l'objet que je vais utiliser divers canaux. Donc c'est vraiment proportionnel.

Moi : Comment décririez-vous donc l'influence du prix pour vous ?

Répondant : Je dirais que le prix a une influence sur le nombre de moyens que je vais mettre en œuvre.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations, regardez-les un peu. Prenez votre temps et quand vous avez fini signalez-le moi. Observez bien ces différentes informations.

Répondant : Je pense que j'ai fini.

Moi : Décrivez-moi un peu ces publicités. Que vous évoquent-elles ?

Répondant : Celle-là j'aime pas du tout. « Votre voix est importante ». Moi je n'utilise pas du tout les QR codes. Dites-nous comment améliorer votre expérience shopping C&A. Ça je n'ai déjà vraiment pas envie d'aller sur le site qu'ils donnent là. Je ne sais pas, ça ne me tente pas ce truc-là. L'autre de C&A je l'avais reçue aussi. Du coup je l'ai lue ici alors que je ne l'avais pas lue. Mais ça ne me botte pas plus que ça. De toute façon les vêtements je suis contre, ça je ne vais pas faire. Les petits concours comme ça je faisais avant mais tu ne gagnes jamais au final. Tout ce qu'ils veulent en fait c'est avoir ton adresse e-mail comme ça ils te harcèlent de publicités. Ça je l'ai enfin compris. Tu crois toujours que tu vas gagner puis tu te dis que tu n'as pas gagné puis tu reçois des mails d'Hema, d'Hema, d'Hema, par exemple. Découvrez votre prix, ben ce sera peut-être un petit bon de réduction si tu vas chez Hema mais c'est tout. Supradyn c'est la même chose. C'est faire de la publicité pour Supradyn. À la limite, ils vont te harceler, tu vas te rappeler de Supradyn mais voilà tu n'as sûrement pas gagné. Et Bershka, je suppose que c'est sur le site Internet. Chaussures je n'achèterais jamais sur Internet donc ça ne me parle pas du tout. Et l'autre de Bershka, je n'aime pas non plus. Je trouve que ce n'est pas clair.

Moi : Donc je vais vous demander de faire deux tas avec ces publicités.

Répondant : Au hasard ?

Moi : Faites-moi deux tas de manière personnelle. C'est vous qui décidez du critère de sélection.

Répondant : Celles-là c'est celles que visuellement j'aime le plus. Je dirais qu'un tas ça me parle et ça, ça me parle moins.

Moi : Donc sur base de quel critère avez-vous fait vos tas ici ?

Répondant : ça me parle ou ça ne me parle pas. Là, ça me parle, là, ça ne me parle pas.

Moi : D'accord. Donc maintenant, je vais vous demander de refaire deux tas en fonction de quelque chose qui vous a marqué lors de cet entretien, que les marques font.

Répondant : ça c'est pour avoir ton adresse e-mail. Ça aussi à mon avis. Et le reste c'est de l'info.

Moi : Je vais vous poser une petite question et après je vous redemanderai de refaire ce tri.

Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes utilisent les publicités pour envoyer leurs clients sur certains canaux ? Donc par exemple en magasin, sur Internet, sur mobile, ...

Répondant : Oui oui.

Moi : Que pensez-vous de cela ?

Répondant : C'est harcelant. Si on fait ça avec tout, on a sa boîte mail qui déborde. Quand tu t'inscris, ils essaient de t'orienter et dès que tu es inscrit, ils t'envoient tout le temps des mails.

Moi : Sur Internet donc que vous parlez là ?

Répondant : oui.

Moi : Et pensez-vous que ça puisse exister dans un autre sens ? Par exemple, que d'Internet, on nous renvoie en magasin ou que sais-je ?

Répondant : On m'envoie pour me dire qu'il y a des publicités en magasin ou alors même pour Internet, pour les deux.

Moi : Selon vous, pourquoi les marques veulent envoyer leurs clients d'un canal à un autre ?

Répondant : Pour augmenter leurs ventes, faire de la publicité gratuite.

Moi : Quel rôle va, selon vous, jouer la communication d'une marque sur le canal que le consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, voire pour l'acheter ? Quel est le rôle de la communication de la marque ?

Répondant : Quelle que soit la communication, je trouve qu'on est préconditionné. Je n'ai pas l'impression que la marque pourra communiquer beaucoup sur le choix que le client va faire de son canal de choix ou de vente.

Moi : Donc vous considérez que, vous, vous êtes préconditionnée ? Préconditionnée à quoi exactement ?

Répondant : Je suis préconditionnée à de la vente en magasin car je suis plus vieille.

Moi : Donc vous dites que même si une marque communique bien avec vous, vous resterez bloqué sur votre position, jamais vous n'utiliserez un autre canal ?

Répondant : Non ce n'est pas vrai. C'est vrai que pour les vacances s'ils communiquaient bien en disant, par exemple, « Jusqu'au 31 janvier, si vous faites votre réservation de vacances sur Internet, vous bénéficierez de 5% ». Ca c'est une communication qui va me parler. A un moment, valoriser un intérêt financier par un canal et le communiquer. Si on voyait des publicités un peu partout en disant « Réservez sur Internet avec le... », que je voyais moi-même ce genre d'affiche en ville, je le ferais peut-être plus. Je pense aussi aux campagnes de Basic Fit qui a une communication active. Cela va faire qu'on va aller là, qu'on va s'inscrire vite car il y a deux mois gratuits. Donc c'est vrai que la communication peut jouer sur le canal qu'on va choisir. C'est vrai que si une marque communique bien, je vais peut-être, du coup, me mettre à Internet.

Moi : Donc si une marque de vêtements d'un coup communiquait vers vous, est-ce que pour cette catégorie vous pourriez changer, vous pourriez aller sur un autre canal ?

Répondant : Vêtements j'ai vraiment du mal, je suis trop difficile.

Moi : D'accord donc pas pour vous. Mais vous disiez que pour vos enfants vous achetiez parfois des vêtements sur Internet. Donc vous pourriez être influencée par la communication qu'une marque de vêtements va faire, par exemple JBC comme vous en parliez tantôt ? Je ne sais pas si vos enfants aiment JBC, mais JBC va, par exemple, faire une campagne, va communiquer vers vous, allez-vous en parler à vos enfants en vous disant qu'eux apprécieront peut-être ?

Répondant : Oui. Si je reçois, par exemple, un chèque de Zalando, je vais dire aux enfants « Tiens j'ai reçu un chèque de Zalando pour faire des achats sur Internet ».

Moi : Mais il n'y a pas de magasin Zalando.

Répondant : Non, c'est de la vente Internet.

Moi : Donc ça c'est uniquement de la vente en ligne. Vous n'allez pas être influencé sur Zalando par quelque chose que vous avez vu en magasin, ou alors dans une autre enseigne que Zalando. C'est uniquement un magasin en ligne. On se situe essentiellement sur Internet. La communication va peut importer sur le choix du canal dans ce cas-ci vu que les consommateurs n'ont pas vraiment le choix, si ce n'est le mobile.

Répondant : Oui tout à fait.

Moi : Donc après cette discussion, je vais vous demander de refaire deux tas et ce par rapport à ce dont nous avons discuté.

Répondant : Crédit d'achat en ligne, c'est vraiment pousser à l'achat en ligne donc on est sur Internet. On a ici le magasin qui envoie sur Internet. Ici aussi. Celle concernant l'avis, c'est une communication du magasin pour qu'on aille sur Internet. Supradyn, ça vient sûrement de la pharmacie. Allez sur supradyn.be. A vrai dire, je suis étonnée qu'ils vendent en ligne supradyn.

Moi : Ils ont un site Internet en tout cas. Peut-être qu'ils ne vendent pas sur leur site mais ils ont un site internet pour communiquer justement.

Répondant : Ah ouais. Donc Bershka, c'est sur Internet je dirais. Tu as vu des chaussures qui te plaisaient sur leur site et tu peux regarder dans quel magasin elles sont disponibles. Et concernant les livraisons de Bershka, elle est gratuite si on fait livrer notre commande Internet en magasin. On nous pousse à retourner dans le magasin en espérant qu'on achète d'autres choses. Peut-être que quand on achète sur Internet on a moins d'achat impulsif. Là on a un achat réfléchi avec la bonne taille, ... Et après on nous dit « Vas en magasin » comme ça tu achètes peut-être d'autres choses plutôt que revenir chez soi et se dire qu'on n'a pas la bonne taille.

Moi : Est-ce que vous vous retrouvez dans un de ces deux tas ?

Répondant : Non, je ne fais plus ça.

Moi : Donc vous n'allez pas d'un canal vers l'autre ?

Répondant : Dans ce que je trouve ici non. Ça ne me parle pas.

Moi : Donc tout dépend de la marque pour vous ?

Répondant : Oui tout à fait.

Moi : Merci beaucoup pour le temps que vous m'avez consacré.

Répondant : Avec plaisir.

Entretien d'Adrien Mayeur (24 ans)

Moi : Bonjour. Tout d'abord merci d'être venu aujourd'hui afin de m'aider à réaliser mon mémoire de fin d'étude. Donc cette enquête visera à comprendre la manière dont vous réalisez vos achats. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse aux questions que je vais vous poser. Répondez simplement, décrivez comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, on va parler un peu des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Je dirais que je passe une dizaine d'heures par jour sur Internet.

Moi : Pourriez-vous me décrire la dernière fois que vous êtes allé sur Internet ?

Répondant : Sur quel support ? Tous ?

Moi : Oui tous les supports.

Répondant : Sur mon GSM pour aller sur les réseaux sociaux.

Moi : Est-ce le seul support que vous utilisez pour aller sur Internet ?

Répondant : Non, mon ordinateur portable également.

Moi : Et sur ce support que faites-vous essentiellement ?

Répondant : Sur mon ordinateur, je travaille pour mes cours, je vais sur les réseaux sociaux. Je regarde beaucoup de vidéos, séries et films. Je joue en ligne aussi et à d'autres jeux.

Moi : C'est donc ainsi que vous surfez habituellement ? Ce sont vos habitudes ?

Répondant : Oui exactement.

Moi : Nous allons parler un peu de la recherche d'informations sur le produit. Imaginons, vous devez acheter un produit électronique comme un téléphone, un ordinateur, une télévision, décrivez-moi un peu comment vous allez agir.

Répondant : Je me rends sur des sites pas qui me donnent des informations mais qui vendent l'objet que je recherche car pour certains objets c'est plus une question de prix qu'autre chose.

Une fois que je vois les produits qui sont dans mes moyens, je prends quelques renseignements dessus.

Moi : Après avoir pris vos renseignements, comment agissez-vous ?

Répondant : Tout dépend du type d'objet. Pour des choses plus chères, je vais rarement les commander en ligne. Vous parliez, par exemple, d'un ordinateur portable, ici quand je l'ai acheté, j'ai regardé sur différents sites de magasins les promotions qu'ils proposaient. Puis j'ai pris quand même quelques renseignements sur des marques que je connaissais moins. Et finalement, je suis allé l'acheter en magasin.

Moi : On voit qu'Internet intervient dans votre processus d'information, pourquoi ?

Répondant : Internet est un énorme gain de temps.

Moi : C'est uniquement pour un gain de temps pour vous ?

Répondant : C'est plus par facilité et gain de temps essentiellement parce que si je dois commencer à faire le tour de tous les magasins pour avoir des informations, c'est quand même beaucoup plus difficile.

Moi : Agiriez-vous de la même façon si c'était, par exemple, pour des vêtements ?

Répondant : Je ne commande pratiquement jamais de vêtements en ligne. Tout simplement parce que je n'aime pas commander sans avoir essayé.

Moi : Beaucoup de magasins en ligne pratiquement le retour en magasin. Ce sont des magasins qui sont en ligne mais qui ont également des magasins fixes et ils proposent de ramener les vêtements en magasin ou le retour en ligne et ce gratuitement. Cela ne vous donne pas plus envie d'acheter des vêtements en ligne tout de même ?

Répondant : La seule fois que j'ai voulu faire ça, j'ai trouvé la démarche assez lourde et du coup, c'était une mauvaise expérience et je préfère aller en magasin directement.

Moi : Tant que nous parlons de magasins, décrivez-moi votre dernier shopping en magasin.

Répondant : Ouhla. Attendez, je réfléchis. Je pense que mon dernier shopping remonte aux soldes. Je me ballade rarement sans savoir ce que je veux. Là en l'occurrence je savais qu'il me fallait telles et telles choses. Donc là, je me suis rendu directement pour des chaussures

dans un magasin de chaussures. Je n'ai pas commencé à faire tous les magasins d'un zoning, d'un centre commercial ou quoi que ce soit parce que ce n'est pas quelque chose qui me plaît et donc je vais droit au but.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous agissez ? Imaginons que ce n'était pas les soldes, comment auriez-vous agi ?

Répondant : La plupart du temps. Parfois c'est vrai que si je me dis que je dois acheter un pull, je vais quand même faire plusieurs magasins. Mais pour des chaussures, par exemple, c'est vraiment rare que je fasse un grand tour avant de me décider.

Moi : Vous considérez que vous regardez uniquement ce que vous voulez ?

Répondant : Oui.

Moi : Et pourquoi ?

Répondant : Parce que je n'aime pas le shopping.

Moi : Vous me parlez ici de magasins d'habillement. En ce qui concerne, par exemple, l'alimentaire, décrivez-moi la façon dont vous agissez.

Répondant : Pour l'alimentaire j'ai mes habitudes. Là je prends plus de temps. J'y vais rarement en sachant ce que je veux et donc je fais souvent un ou deux tours du magasin avant de me décider. Mon approche est différente pour le shopping alimentaire et pour les vêtements comme nous en parlions.

Moi : Imaginons que vous cherchiez un produit particulier dans le magasin et que vous ne le trouvez pas dans le rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Tout dépend du type d'objet. Maintenant si ce n'est pas important, je vais prendre un substitut.

Moi : Que considérez-vous comme pas important ?

Répondant : Si c'est dans de l'alimentaire, je ne vais pas faire plusieurs magasins juste pour un aliment, je vais trouver une autre solution. Maintenant si c'est quelque chose qui me tient plus à cœur, comme quand j'achète des trucs de sport ou quoi, je vais chercher le produit dans

un autre magasin. Là si je sais ce que je veux, je préférerais faire plusieurs magasins ou attendre plutôt que d'acheter quelque chose qui ressemble ou l'équivalent.

Moi : Allez-vous solliciter de l'aide autour de vous ?

Répondant : Jamais.

Moi : Auprès de personne que ce soit en magasin, dans votre entourage ou que sais-je ?

Répondant : Je ne demande jamais d'aide aux personnes travaillant dans les magasins. J'ai déjà demandé des conseils à des proches mais c'est tout.

Moi : Et pourquoi ?

Répondant : Parce que je n'aime pas. Je reviens à l'achat de mon achat portable. J'ai des personnes dans ma famille qui s'y connaissent plutôt bien donc là j'ai quand même demandé un petit avis avant de l'acheter. Sinon quand c'est quelque chose de moins important ou qui dépend uniquement de mes goûts, je me fie à mon instinct. En tout cas, je ne demande jamais aux personnes travaillant en magasin.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel genre de produits ou services ?

Répondant : J'essaie de me rappeler exactement. Je commande régulièrement de la nourriture sur Pizzza.be pour ne pas le citer. Sinon j'ai acheté une fois ou deux maximum des vêtements sur Internet. Après, je réserve pas mal pour ce qui est voyages, hôtels, ... Evidemment on n'a pas beaucoup le choix. Mais cela représente la plupart des achats que je fais sur Internet.

Moi : Vous diriez donc que les voyages font partie de ce que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : Forcément, il y a aussi Pizza.be. Ça m'arrive quand même quelques fois par an. Pour ce qui est service, je dirais les voyages.

Moi : Pourriez-vous me décrire le dernier achat que vous avez effectué sur Internet ?

Répondant : J'ai planifié un voyage pour Paris en novembre 2016.

Moi : Comment vous y êtes-vous pris ? Expliquez-moi cela.

Répondant : Comme souvent je ne sais pas où partir au début donc je me rends sur plusieurs sites. Pour la première fois ici, j'ai regardé pour des cars. Disons que je pars vraiment de rien du tout et après, je prends des informations à gauche à droite, principalement au niveau du prix afin de voir ce qui est abordable et ce qui n'est pas. Petit à petit, je trouve d'abord la destination. Puis, il faut régler tout ce qui concerne le voyage sur place c'est-à-dire le logement. Et voilà.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous allez procéder de manière générale ?

Répondant : Pour un voyage oui.

Moi : Et pour une autre catégorie de produit vous agirez donc d'une manière différente.

Répondant : Oui ce ne sera pas la même chose que pour les voyages.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que pour un voyage c'est quand même compliqué à l'heure actuelle de prendre des informations ailleurs que sur Internet. Je pense que 90% au moins des réservations passent par Internet, voire évidemment plus. Donc il y a beaucoup de façons de prendre des informations mais maintenant je dirais que tout reste concentré sur Internet pour les voyages alors que pour d'autres produits, j'ai d'autres solutions car je peux aller les acheter ailleurs. C'est plus pour prendre des informations que pour acheter dans ce cas-là que j'irai sur Internet.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat sur Internet ?

Répondant : C'est assez rare. Je dirais une à deux fois maximum par mois.

Moi : Qu'aimez-vous et/ou que n'aimez-vous pas dans le fait d'acheter des produits et/ou services sur Internet ?

Répondant : J'aime la rapidité qu'offre Internet. Ce que j'aime c'est que ça va vite et qu'on a accès à des choses auxquelles on n'a pas toujours accès en magasin. Donc parfois on n'a pas vraiment le choix. C'est éviter de devoir se déplacer. On peut faire livrer tout genre de choses internationales. Ça je dirais que c'est pour ce que j'aime.

Moi : Et que n'aimez-vous pas ?

Répondant : Ce que je n'aime pas c'est le fait que j'ai quand même un gros manque de confiance. Je ne fais pas confiance à tout sur Internet. On voit qu'il y a toujours une série d'arnaques sur Internet. Pour les logements, par exemple, quand on ne passe pas par des hôtels ou qu'on passe par des choses moins fiables, on ne sait jamais trop à quoi s'attendre avant d'arriver sur place. Je pense que c'est pareil avec des sites comme Ebay. Dès qu'on achète vraiment à des particuliers, là je dirais que la confiance n'est pas toujours là, même s'il y a des indicateurs qui peuvent montrer que c'est une arnaque. Voilà, je dirais que c'est principalement l'incertitude que je n'aime pas. On n'est jamais sûr que ce qu'on a commandé va arriver, que ça va arriver dans le même état. Les niveaux des délais varient quand même beaucoup donc voilà, je n'aime pas tout ça.

Moi : Pensez-vous vouloir vous protéger d'une insécurité qui pourrait exister sur Internet ?

Répondant : Me protéger non parce que je ne me sens pas mal à l'aise. Disons juste que c'est assez ennuyant de ne jamais savoir vraiment comment ça va se dérouler. Il faut savoir qu'il y a quand même beaucoup de facteurs qui vont influencer tout ça et donc on n'a jamais vraiment de moyen de savoir si ce qu'on a demandé va vraiment être respecté et que tout va bien se passer.

Moi : Et du coup, qu'aimez-vous et/ou que n'aimez-vous pas dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : Ce que j'aime, c'est qu'on a le produit devant soi donc on ne peut pas avoir de mauvaise blague. Ça c'est vraiment le gros avantage. Ce qui me plaît moins, c'est que c'est quand même moins simple vu que nous devons aller jusque-là, ramener le produit. Ça dépend évidemment du type d'objet mais quand c'est quelque chose d'encombrant c'est évidemment plus simple quand ça arrive directement chez nous. C'est le déplacement qui m'embête. On va dire qu'il y a plus d'efforts à faire quand on va en magasin.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : Par habitude et par affection je dirais.

Moi : Pouvez-moi m'en dire un peu plus ?

Répondant : En fait ça dépend un peu du type de produit. Disons que j'ai mes habitudes. Que ce soit pour l'alimentaire ou autre, parfois je varie car je suis dans un lieu où ce n'est pas possible de respecter mes habitudes. Mais j'ai toujours mon magasin favori et c'est vraiment rare que j'aille voir ailleurs même si évidemment, je n'achète pas toujours les mêmes choses. Il y a quand même parfois un peu de nouveauté. Je peux aller dans un autre magasin acheter quelque chose et de là, ça dépendra si j'ai été satisfait ou pas.

Moi : Pourquoi allez-vous généralement choisir les mêmes enseignes même si parfois vous changez ?

Répondant : Parce que je leur fais confiance.

Moi : Quels sont les éléments qui vous plaisent dans ces enseignes ?

Répondant : La confiance que je leur accorde. Je sais que ce sont des choses de qualité ou même pas forcément. Par exemple, je peux très bien aller dans un magasin qui est réputé pour vendre toutes sortes de choses à très bas prix donc je ne m'attends pas à une qualité exceptionnelle mais je sais que c'est conforme à mes attentes. C'est surtout ça. Je sais ce que j'achète quoi ici.

Moi : Qu'allez-vous mettre en place afin de rester en relation avec ces enseignes que vous appréciez particulièrement ?

Répondant : Absolument rien. Je ne suis pas du genre à aller les suivre sur les réseaux sociaux ou à feuilleter leurs magazines quand ils arrivent à la maison. Disons que j'y vais vraiment juste quand j'ai besoin. J'achète plus par besoin que par plaisir.

Moi : Vous dites faire tout de même confiance à ces marques mais ne pas chercher plus avec celles-ci au niveau de la relation. Vous décririez-vous comme fidèle à ces marques du coup ?

Répondant : En quelque sorte vu que si je cherche quelque chose c'est d'abord vers eux que je me tourne. Mais je me tourne plutôt vers eux en magasin fixe.

Moi : Quels sont les éléments qui font que vous pourriez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne ?

Répondant : Peut-être pour avoir une idée de ce qu'ils proposent. En fait, tout dépend du type de magasin. Par exemple, pour tout ce qui est électronique (surtout GSM et ordinateur),

disons que si je vais sur leur site Internet, je sais ce qu'ils vont me proposer en magasin. Evidemment c'est possible qu'il y ait une rupture de stock ou autre quand j'arrive mais globalement le choix est le même sur Internet et en magasin. Maintenant pour une marque de vêtements, si je veux aller voir sur leur site je vais tomber sur le shop online et au final les produits varient quand même fort d'un magasin à un autre, ou même d'un pays à un autre. Donc là c'est plus embêtant car je ne vais pas vraiment avoir d'informations sur ce qu'il y a en magasin.

Moi : Et achetez sur le site Internet n'est pas quelque chose d'envisageable du coup pour vous ?

Répondant : Ca m'est déjà arrivé quand vraiment j'avais besoin de quelque chose en particulier par exemple que peu de magasins en Belgique vendent ou en fin de soldes. Là, je l'ai déjà fait mais ça ne m'a pas vraiment plu. Je préfère aller en magasin.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Comment ça ?

Moi : Quel consommateur êtes-vous ? Comment vous décririez-vous ?

Répondant : Je ne ressens pas le besoin d'acheter tous les jours, dès que je passe devant un magasin ou quoi. Mais quand j'ai une idée en tête ou que je veux quelque chose de précis, là ça va m'énerver si je n'arrive pas à le trouver. En fait ça dépend. Soit je sais vraiment la chose que je veux, ça m'énerve, je fais plusieurs magasins jusqu'à trouver le produit que je veux. Par contre, si je sais qu'il me faut un objet ou un vêtement pas spécifique et que je ne le trouve pas dans le magasin dans lequel j'ai l'habitude d'aller. Là, je n'aurai pas envie de repartir sans rien. Donc soit je vais dans un magasin qui est juste à côté ou alors j'achète plus ou moins l'équivalent dans ce magasin-là. Mais disons que quand j'ai besoin d'acheter quelque chose, je n'aime pas repartir sans rien.

Moi : Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser plusieurs canaux tels qu'Internet, le mobile, le point de vente fixe (le magasin), ... lors d'un processus d'achat, lorsque vous allez vous informer ?

Répondant : Pour quelque chose d'important, je vais d'abord aller chercher des informations sur Internet pour essayer d'avoir des avis sur le produit. Ça c'est vraiment le point fort

d'Internet, c'est d'avoir le ressenti d'autres consommateurs. Ça aide quand même pas mal. Je me fie à ce que les gens disent mais après ce n'est pas pour ça que je vais avoir envie d'acheter le produit. Par exemple, pour des vêtements, je peux lire les commentaires des gens qui vont dire que ça taille grand ou petit mais justement ça va me conforter dans l'idée qu'il faut que j'essaie avant d'acheter.

Moi : Et vous allez utiliser un autre canal ?

Répondant : A ce moment-là, je vais aller dans le magasin directement.

Moi : Et donc, quels sont précisément les éléments qui vont vous pousser à utiliser Internet et à aller en point de vente par exemple ?

Répondant : Je dirais que le plus gros facteur qui décide de ça, c'est d'abord le prix. Mais ça, ça dépend uniquement de moi. Je ne prends pas à la légère l'achat de quelque chose qui a un certain prix. Donc là, je vais quand même toujours prendre des renseignements. S'il n'y a pas moyen de l'avoir en Belgique ou que c'est encombrant, ou quelque chose ainsi, là je vais commander en ligne. Après, si c'est quelque chose qui demande juste que j'aille en ville juste à côté de chez moi trouver un magasin et acheter, à ce moment-là, j'y vais directement. Je dirais que c'est aussi l'importance de l'objet qui compte.

Moi : Donc j'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations, je vais vous laisser les regarder. Prenez votre temps et quand vous avez fini, signalez-le-moi. N'oubliez pas de bien lire ce qui est écrit.

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces différentes informations que vous avez pu lire.

Répondant : Elles invitent toutes à se rendre, principalement sur le site Internet du magasin. Ce que je trouve assez intéressant, personnellement, c'est tout ce qui est concours. Ici, ce sont des petits jeux à gratter. C'est quelque chose que j'apprécie beaucoup car je suis fort joueur. Maintenant, j'ai déjà eu le cas plusieurs fois, de le gratter en sortant du magasin parce que j'aime bien et au final, je n'ai jamais rentré le code sur leur page, sur leur site Internet.

Moi : Vous n'allez pas vous rendre sur Internet après ?

Répondant : Ca dépend. Si je suis chez moi sur mon ordinateur et que je sais que j'ai cette petite carte dans ma poche, je vais vite aller taper le code mais disons que la plupart du temps, j'oublie et je finis par le jeter. Tout ça parce qu'on sait qu'il y a très peu de chance de gagner quelque chose. Souvent ce n'est pas vraiment intéressant.

La pub de Bershka, je trouvais ça intéressant car ça m'est déjà arrivé pour des bijoux d'aller d'abord voir sur le site pour voir si ce que je voulais était disponible dans le magasin. Ça c'est vraiment pratique car au moins, on sait qu'on ne se déplace pas pour rien. Je vais regarder sur le site Internet dans ce cas mais je ne vais pas acheter sur Internet.

Moi : Quelle est votre réaction à vous par rapport à ces différentes publicités, informations ?

Répondant : Quand c'est juste un bout de papier qui invite à aller sur la boutique en ligne parce qu'il y a plus de choix, qu'il y a « tchik ou il y a tchak », personnellement je ne le lis même pas. Si j'ai le choix, je ne prends même pas cette publicité et si vraiment on me la donne, je la laisse dans le sac ou je vais la jeter à la première occasion mais en aucun cas je ne vais lire ce qu'il y a dessus.

Moi : On voit que vous avez remarqué que certaines enseignes utilisent les publicités, comme celles que vous venez de voir, pour envoyer leurs clients vers différents canaux. Vous avez parlé d'Internet et des magasins. Que pensez-vous de cela ?

Répondant : Disons que c'est assez compliqué à dire car si tout le monde se comportait comme moi, ça n'aurait pas vraiment d'impact. Il faut voir si les gens qui sont fans de concours vont directement aller sur le site pour taper le code et voir si après ils vont rester sur le site pour surfer un peu, voir les produits proposés. Ça je pense que ça dépend de chaque personne. Moi ce n'est absolument pas mon cas. Donc les marques pourraient faire ça en me donnant 40 publicités par jour, ça ne changera absolument rien mais je pense que si elles le font c'est qu'il y a une bonne raison. J'imagine que ça augmente le trafic. C'est assez malin d'essayer d'augmenter le trafic sur Internet car j'imagine que c'est quand même plus simple pour les marques quand tout le monde commande ainsi. Malgré tout, elles proposent quelques actions intéressantes. Par exemple, quand on voit vraiment l'objet qu'on veut dans le magasin le plus proche, si c'est disponible ou pas. Il y a quand même pas mal d'informations qui ne sont disponibles que sur Internet et qui sont intéressantes. Après, ce n'est absolument pas dans mes habitudes d'y aller pour ça.

Moi : D'accord. Alors, si vous prenez les publicités et que je vous demande de faire deux tas en fonction d'un critère que vous déterminez. Réalisez moi deux tas et expliquez-moi après pourquoi vous avez fait ces choix-là.

Répondant : Voilà. Il y a un tas avec ce que j'aurais au moins pris la peine de lire, avec des informations intéressantes comme ici, les délais, les prix de livraison, la démarche de remboursement. Ça c'est toujours intéressant. C'est des informations qu'on recherche car si on voit que les délais sont vraiment courts ou que la livraison est gratuite, on peut avoir tendance à vouloir réserver en ligne. Au moins, je trouve ça utile comme informations. Voir si le produit est disponible dans le magasin, je trouve ça pas mal et vraiment utile aussi. Même si à un moment, il faut savoir un peu ce qu'on veut. Et j'ai également mis un des deux concours, celui qu'il fallait gratter. Moi personnellement ça me parle déjà un peu plus. C'est un peu plus ludique. L'autre concours c'est juste recevoir un code. Il faut garder son ticket et aller sur le site, taper le code. Je trouve ça beaucoup moins ludique et que la démarche est un tout petit peu plus lourde que l'autre concours. Voilà, ça ne m'intéresse pas des masses.

Moi : Donc on a parlé de marques qui envoyaient leurs clients d'un canal à un autre. Selon vous, pourquoi ces marques font-elles ça ? Pourquoi envoient-elles, par exemple, leurs clients d'Internet en magasin ou du magasin à Internet ?

Répondant : C'est une bonne question. Je ne suis pas dans leur tête. Je dirais que la tendance actuelle est plutôt d'envoyer vers le site Internet car c'est peut-être plus simple pour eux.

Moi : Mais pourquoi ces enseignes font-elles cela ? Quel est leur but, leur désir ?

Répondant : Ils veulent envoyer les gens sur leur site. Dans ce sens-là je peux comprendre mais ça me semble plus étrange d'envoyer d'Internet jusqu'au magasin.

Moi : En regardant, par exemple, les informations de Bershka. À votre avis, pourquoi envoyer les clients en magasin, pourquoi pouvoir reporter en magasin, pourquoi pouvoir faire livrer son colis en magasin ? À votre avis, qu'espère la marque ?

Répondant : Des achats principalement. Je pense que leur but ne changera jamais et que c'est de vendre le plus possible. Ça, ça me semble évident. Après, je ne suis pas convaincu que la démarche soit toujours efficace.

Par exemple, ici Bershka, j'ai l'impression que c'est plus une question de facilité. Ou peut-

être que la personne a plus de chance d'aller l'acheter si elle voit que c'est près de chez elle plutôt que de passer par Internet. Mais bon au niveau de l'efficacité je ne suis pas convaincu.

Moi : En fonction de ce dont nous venons de reparler, pourriez-vous me refaire deux autres tas s'il vous plaît ? Avec une autre explication qu'avant et en fonction des éléments dont nous venons de parler.

Répondant : Je vais simplement faire ça.

Moi : Pouvez-vous un peu m'expliquer ce que vous avez fait.

Répondant : Et bien il y en a deux qui sont directement tirées d'Internet. Là c'est plus des informations pratiques avec les délais de livraison en magasin ou à domicile. De l'autre côté, ce sont plus des actions pour aller sur le site Internet du magasin. Ce sont des actions qu'on reçoit. Il y en a quand même une qui est un peu différente où ils demandent un feedback. Et dans celle-là je ne suis pas convaincu qu'il y ait vraiment une volonté commerciale derrière. Après, peut-être qu'une fois que les gens sont sur le site, ils commencent à acheter (pour les autres pubs). Mais ici, ça ressemble plus à une demande de conseils, de feedbacks. Et les autres (deuxième tas) c'est vraiment pour inciter à aller sur le site. Et le premier tas, lui, nous incite plus à aller en magasin lorsque nous sommes sur Internet, et ça en nous donnant des informations pratiques.

Moi : Vous êtes donc étudiant en communication. Selon vous, quel rôle la communication d'une marque, d'une enseigne va-t-elle jouer sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : Je ne suis pas vraiment convaincu que la communication influence le fait d'aller en magasin ou d'acheter sur Internet. Je pense qu'il y a déjà une grosse part d'habitudes. En plus de ça, chacun réagit différemment.

Moi : Selon vous la communication n'a donc aucun impact sur le choix de canal que le consommateur va faire ?

Répondant : Elle a un impact ça c'est sûr mais un petit impact que je ne parviendrais même pas à expliquer.

Moi : Si aucune marque ne communiquait autour de ses produits, que se passerait-il ?

Répondant : Maintenant tout le monde sait que tous les magasins ont un site Internet. Donc si on est habitué à acheter en ligne, là on va peut-être avoir tendance à aller sur le site. Après si on prend des personnes plus âgées qui n'aiment pas du tout toutes les transactions en ligne, ils iront directement en magasin. Maintenant qu'on fasse une pub, qu'on la tourne un peu n'importe comment, je trouve ça complètement inutile à part pour les « magasins » vu qu'ils n'ont pas de magasin physique on va dire. Du coup ce ne sont que des ventes en ligne où là c'est intéressant de le préciser directement donner des informations pratiques. Pour un magasin qui propose les deux, à part s'il y a plus d'options en ligne, des choses qui ne sont pas en magasin, je ne vois pas vraiment comment la communication pourrait influencer.

Moi : Merci du temps que vous m'avez consacré pour cette interview.

Entretien de Romane (21 ans)

Moi : Bonjour mademoiselle. Merci d'être venue aujourd'hui afin de participer à cette interview. Je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de pouvoir réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Donc vous répondez simplement, vous décrivez ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous environ par jour sur Internet ?

Répondant : Le GSM ça compte ?

Moi : Oui bien sûr.

Répondant : Alors je dirais entre 3 et 4 heures par jour.

Moi : Décrivez-moi la dernière fois que vous êtes allée sur Internet.

Répondant : C'était tantôt pour réserver un hôtel pour partir 3 jours et 2 nuits à Maastricht.

Moi : C'est toujours comme cela que vous surfez ?

Répondant : Non, pour acheter des choses, pour aller sur Snapchat, sur Instagram. Je vais beaucoup pour acheter sur Internet. J'y vais aussi pour chercher des informations sur des heures d'ouvertures par exemple. Je cherche des informations.

Moi : Quel support utilisez-vous généralement pour aller sur Internet ?

Répondant : Le téléphone.

Moi : Téléphone uniquement ?

Répondant : Ordinateur aussi mais c'est tout.

Moi : Pourquoi plus le téléphone que l'ordinateur.

Répondant : C'est plus rapide avec le téléphone.

Moi : Pour réserver votre hôtel, sur quel support êtes-vous allé ?

Répondant : Sur l'ordinateur.

Moi : Et pourquoi l'ordinateur dans ce cas et non le téléphone ?

Répondant : On a une meilleure vue d'ensemble sur l'ordinateur. Il y a plus de choses sur une page sur un ordinateur que sur un téléphone. Il y a plus d'espace. Et on peut ouvrir plusieurs pages en même temps.

Moi : Alors pourquoi utilisez-vous plus le téléphone que l'ordinateur ?

Répondant : Pour des choses comme les horaires d'ouverture. Mais pour les grandes recherches j'utilise plutôt mon ordinateur. Par exemple, pour acheter quelque chose ou pour organiser un voyage je vais utiliser mon ordinateur. Par contre, pour regarder des petites informations comme la météo, les heures d'ouverture, une idée du prix de quelque chose, je vais aller sur mon téléphone. Pour quelque chose qui ne dure pas longtemps quoi.

Moi : Vous parliez de chercher des informations sur des produits. Donc imaginez que vous deviez acheter un appareil électronique, une télévision, un ordinateur, décrivez-moi comment vous allez procéder.

Répondant : D'abord je vais regarder les sites Internet style Carrefour pour voir les promos. Puis j'essaie de repérer quelques promotions. Je vais ensuite aller voir les comparaisons entre les télé. Puis alors j'irai voir selon l'avis de ma maman sur Test-Achats pour voir quelle télé est la mieux.

Moi : Donc vous allez utiliser Internet dans votre processus d'achat ?

Répondant : Oui j'utilise Internet pour comparer et pour chercher les promotions sur Internet.

Moi : Feriez-vous la même chose si vous deviez acheter, par exemple, un vêtement ?

Répondant : Non.

Moi : Comment allez-vous agir dans ce cas-là ?

Répondant : Ça dépend. Si je cherche un vêtement, j'irai d'abord voir dans les magasins et si je ne trouve pas, j'irai voir sur des sites Internet. Par exemple, si j'ai besoin d'une robe pour

aller à une soirée, je vais d'abord aller dans les magasins et si je ne trouve pas, je regarde sur Internet. Je recherche une robe qui me plaît.

Moi : On parle justement de shopping. Décrivez-moi un petit peu votre dernier shopping en magasin.

Répondant : C'était hier. J'avais besoin d'une robe et j'ai acheté un jeans et un pull.

Moi : Alors que vous cherchiez une robe ?

Répondant : Oui.

Moi : Pourriez-vous m'expliquer comment vous agissez en magasin ? C'est toujours comme cela que vous agissez ?

Répondant : Je rentre dans le magasin, je regarde un peu à tout. Je vais avec un but précis, par exemple trouver une robe, mais je regarde à tout. Souvent je vais pour un produit et au final je repars avec un autre. Je vais en magasin car j'aime faire du shopping.

Moi : Imaginons que vous cherchiez un produit en particulier, par exemple une robe pour votre soirée, malheureusement vous ne la trouvez pas. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais sur Internet voir sur le site du magasin. Mais d'abord je demande à un vendeur en magasin si on sait la ramener en magasin si c'est vraiment celle-là que je veux.

Moi : Vous allez donc solliciter de l'aide dans le magasin ?

Répondant : Oui d'abord. Puis après, peut-être qu'on me redirigera sur le site Internet et que je commanderai sur le site Internet ou ils le font eux-mêmes, livrent le produit jusque-là. Sinon, je chercherai une robe similaire.

Moi : C'est toujours comme cela que vous faites ?

Répondant : Souvent je sollicite de l'aide en magasin.

Moi : Auprès de qui ?

Répondant : Auprès d'un vendeur en magasin. Et si ce n'est pas possible je regarderai sur Internet pour quelque chose de similaire et ce si je n'ai pas trouvé quelque chose dans les autres magasins.

Moi : Vous parlez beaucoup d'achats sur Internet, donc avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Pour quels genres de produits ?

Répondant : Plutôt des vêtements et chaussures. Tout ce qui adaptateur wifi, adaptateur téléphone, tous les câbles, chargeurs, coques pour iPhone, tout ce qu'on peut trouver moins cher sur Internet, des babioles. J'achète également tout ce qui est compléments alimentaires pour le sport, les protéines car c'est beaucoup moins cher sur Internet. C'est beaucoup une question de prix.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : Des robes. J'ai commandé trois robes sur Zalando.

Moi : Cela signifie que vous n'avez pas trouvé votre bonheur en magasin et que vous vous êtes redirigé sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Vous agissez toujours comme ça ?

Répondant : Si j'en ai vraiment besoin, comme ici, oui. Je vais commander sur Internet. J'en commande quelques-unes et je regarde celle que je préfère.

Moi : Après comment faites-vous avec les robes restantes ?

Répondant : Ben j'essaie et je renvoie ce que je n'aime pas. Je garde uniquement la ou les pièce(s) que je veux et le reste je renvoie.

Moi : Quel genre de produits achetez-vous le plus sur Internet ?

Répondant : Des vêtements.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que c'est facile. Puis sur les sites, il y a souvent des promos donc pour les prix aussi. Et aussi parce qu'il y a un choix beaucoup plus étendu sur Internet qu'en magasin. Et finalement pour l'originalité des pièces que les autres n'ont pas.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat moyenne par mois sur Internet ?

Répondant : Ben ça dépend des mois. Je dirais une à deux fois par mois en comptant que des fois ça peut être trois fois sur un mois et des fois ça peut être qu'une fois.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : C'est facile. On essaie tranquillement chez soi et on peut prendre pleins de choses puis renvoyer si ça ne va pas alors qu'au magasin on doit faire la file tout ça. J'aime bien la facilité. J'aime aussi les prix souvent attractifs sur Internet. Il y a beaucoup de promos. Ce sont les deux choses essentielles pour moi.

Moi : Que n'aimez-vous pas dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Pour les vêtements, les photos sont parfois trompeuses. On s'attend à recevoir quelque chose et au final ça ne correspond pas à nos attentes, ce n'est pas vraiment ce que le site propose. Les images sont parfois trompeuses. On a l'impression que le magasin sublime les vêtements, les photos pour nous pousser à acheter. La marque se met un peu trop en valeur et nous trompe.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : On peut essayer directement et on voit les choses comme elles sont. On voit les choses comme elles sont et si ça ne nous convient pas, on n'achète pas.

Moi : Qu'aimez-vous moins ou pas du tout dans le fait d'acheter des produits en magasin.

Répondant : Le monde qu'il y a dans les magasins, à Namur il y a beaucoup de monde. Il faut faire la file aux caisses. Puis il faut porter ses sacs quand on fait du shopping. J'aime quand même faire du shopping dans les magasins.

Moi : Si vous deviez choisir entre Internet et les magasins, quel choix feriez-vous ?

Répondant : C'est quand même plus agréable les magasins, de se promener. J'utilise Internet quand je ne trouve pas spécifiquement ce que je veux en magasin ou pendant mes temps libres. Mais c'est quand même plus agréable de faire les magasins.

Moi : Vous parlez d'utiliser Internet pendant vos temps libres, qu'y faites-vous ?

Répondant : Le dimanche chez moi, je surfe sur Internet à la recherche de produits mais sans rien rechercher particulièrement. Je regarde sur les sites ce qui me tape dans l'œil.

Moi : Vous achetez après cela ?

Répondant : Je dirais que je regarde plus que j'achète. Je mets des produits dans mon panier puis je traîne, je traîne et au final je n'achète jamais ces produits qui étaient dans mon panier. Parfois j'achète quand même mais il me faut un grand coup de cœur.

Moi : Comment allez-vous choisir le magasin, la marque, l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : J'ai mes magasins préférés. Et sur Internet je vais principalement toujours sur un site. Je choisis généralement toujours les mêmes enseignes.

Moi : Ce sont les mêmes enseignes pour le shopping sur Internet et en magasin ?

Répondant : Non, elles sont différentes. Pour Internet, je vais généralement sur Zalando. Pour les magasins, je vais souvent chez Zara, H&M, Pull & Bear.

Moi : Pourquoi ces enseignes plutôt que d'autres ?

Répondant : Parce que je sais que je vais trouver ce qui me plaît dans ces magasins. Je sais que les vêtements me conviennent au niveau de la taille.

Moi : Vous rendez-vous sur les sites Internet de ces enseignes ?

Répondant : Non sauf quand je n'ai pas trouvé ce que je voulais. Par exemple, si je n'ai pas trouvé la bonne taille d'une robe chez Zara, je vais aller voir sur le site Internet. Mais je ne vais quasi jamais acheter sur Internet pour ces marques-là.

Moi : Quels sont les éléments qui vous plaisent dans les marques dont vous parlez ?

Répondant : C'est classique et à la mode. Puis je sais que leurs vêtements me conviennent au niveau de la taille. Par exemple, je suis un peu petite et j'aime bien les pantalons de chez Zara ou chez New Look car chez New Look, ils ont une collection qui me correspond. En effet, ils ont une collection petite et donc je vais aller chercher mes pantalons là-bas. J'ai l'impression que la marque s'adapte à mes besoins et aux différents clients possibles.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact, en relation avec des enseignes que vous aimez ?

Répondant : Les enseignes envoient des mails mais moi je ne fais rien. Je vais sur leurs sites quand j'ai envie. Je n'aime pas trop que les enseignes m'envoient des mails. Sur Internet, je vais plus vouloir garder contact même si ce n'est pas moi qui demande. Ils m'envoient des mails quand ils ont des promotions. Ou par exemple, quand je surfe sur Internet, sur Zalando quand un produit n'est plus disponible dans ma taille, je leur demande de m'envoyer un mail pour me dire quand ma taille sera disponible.

Moi : Quels sont les éléments qui font que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne ?

Répondant : Je vais rarement me rendre sur le site Internet d'une enseigne. Parfois avant d'aller en magasin, je vais regarder un peu ce qu'ils ont sur le site Internet. Ou alors si j'ai vu une personne porter un pull venant de chez Zara et que je ne l'ai pas vu en magasin, je vais regarder sur leur site si c'est leur collection actuelle ou si c'est un ancien pull.

Moi : Et après avoir été en magasin quels sont les éléments qui vont faire que vous allez vous rendre sur le site Internet de l'enseigne ?

Répondant : Si je ne trouve pas un produit en magasin, je vais me rendre sur le site de celui-ci afin de trouver le produit non trouvé en magasin.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ? Quel type de consommatrice êtes-vous ?

Répondant : Je dirais que je suis une consommatrice abusive. J'achète quand j'ai envie d'acheter, quand j'aime bien et que je n'en ai pas besoin. Je dirais peut-être plutôt acheteuse compulsive. Je vais souvent acheter sur un coup de tête. Peu importe le prix, si j'aime bien, j'achète, même si je n'en ai pas besoin.

Moi : Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser plusieurs canaux (par canaux, j'entends par exemple, Internet, point de vente, mobile, ...) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Je vais aller voir sur Internet pour avoir des informations et puis je vais aller voir en magasin si les informations que j'ai pu voir sur le produit sont vraies, correspondent à ce que je recherche. Quand je ne trouve pas un produit en magasin, je vais me rediriger vers le site Internet du magasin et ce parce que je veux vraiment trouver le produit. Je vais aller chercher des informations sur Internet puis acheter le produit en magasin ou inversement en fonction du prix. Par exemple pour une télévision je vais me renseigner sur Internet puis aller en magasin car je ne pense pas que j'achèterais une télévision sur Internet sauf s'il y a vraiment une grande différence de prix. Je vais comparer sur plusieurs sites et dans plusieurs magasins les prix avant d'acheter un produit coûtant un certains prix. Je vais comparer les produits.

Moi : J'ai sélectionné plusieurs publicités, informations. Je vous laisse les regarder. Prenez votre temps et dites-moi quand vous avez fini.

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces publicités. Pas une spécifiquement mais globalement.

Répondant : Elles renvoient souvent soit sur Internet ou en magasin. Souvent les magasins utilisent leur site Internet et le magasin même. Ils renvoient de l'un à l'autre. Ici, par exemple, ils font gagner quelque chose, ils mettent le site Internet. Ici, ils utilisent Internet pour faire de la pub. Là, il faut retirer les produits retirés en magasin. Pareil ici.

Moi : Quelle est votre réaction par rapport à ces publicités ? Qu'en pensez-vous ?

Répondant : Je pense que c'est pour faire marcher les enseignes ça. Pimkie, par exemple, fait le retrait gratuit en magasin pour les commandes en ligne comme ça on fait un tour dans le magasin en allant chercher notre colis et on achète dans leur magasin. C'est pour faire vendre selon moi. Ce genre de publicités ne me dérange pas. Je dirais même que j'aime bien.

Moi : Comme on a pu en parler, vous avez remarqué que certaines enseignes utilisent plusieurs canaux. Quels canaux avez-vous mentionné particulièrement ?

Répondant : Internet et le magasin même.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Car Internet et le magasin sont les canaux qui me touchent particulièrement et que j'utilise pour faire mes achats.

Moi : Selon vous, pourquoi les enseignes utilisent-elles plusieurs canaux ?

Répondant : Selon moi, pour faire le plus de publicité et vendre plus essentiellement. Si on nous renvoie sur le site, on va surfer un peu sur le site. Si on voit des bonnes publicités on va aller au magasin. Et donc tout cela pourrait nous pousser à acheter.

Moi : Pourriez-vous me faire deux tas avec ces publicités en fonction d'un critère que vous allez choisir, en fonction de ce dont nous avons discuté, de ce dont vous m'avez parlé ?

Répondant : Voilà.

Moi : Pouvez-vous m'expliquer les deux tas que vous avez fait.

Répondant : J'ai fait un tas où c'est le magasin qui renvoie au site Internet et un tas où c'est le site Internet qui renvoie au magasin.

Moi : Ici, on voit que ce n'est pas spécialement le site Internet mais plutôt les réseaux sociaux. Que pensez-vous de l'utilisation des réseaux sociaux par les enseignes ?

Répondant : Selon moi c'est ce qui marche le mieux car, par exemple, sur Facebook ça apparaît dans notre fil d'actualité sans qu'on le demande. On va cliquer plus facilement. Je vais plus facilement aller dans ce cas sur le site plutôt que comme avec C&A taper le site internet, surtout pour donner mon avis. Je serais plus tentée d'aller cliquer sur un site par les réseaux sociaux car je ne dois pas faire la démarche moi-même. Alors que pour le ticket à gratter Hema, par exemple, j'ai eu le même ticket et je ne suis jamais allée sur le site Internet taper mon code pour voir si j'avais gagné.

Moi : Les marques communiquent sur leurs produits comme nous l'avons vu. Quel rôle va jouer, selon vous, la communication d'une marque sur le canal que le consommateur va choisir pour, par exemple, s'informer sur son produit, acheter son produit ?

Répondant : Elle va pousser les consommateurs à acheter.

Moi : Quel genre de communication va vous pousser, par exemple, à acheter un produit ?

Répondant : Une communication avec des images, des gros titres bien vendeurs. Par exemple, la publicité du Carrefour, ils n'attirent l'attention sur rien du tout. Alors que pour Hema on voit grattez, gagnez. Les mots sont importants, la forme aussi. C'est plus ludique donc ça va plus m'attirer aussi. Je préfère une publicité concours comme Hema que comme Supradyn. Le fait de devoir gratter me plait. Ça me semble plus personnel. Je préfère une communication personnalisée plutôt qu'une publicité s'adressant à tout le monde. Les marques le font souvent dans la boîte aux lettres ou dans la boîte mail par exemple. Je préfère recevoir un message personnalisé par mail. Par exemple, « C'est votre anniversaire ». Je suis le genre de personne qui va acheter grâce au code réduction que j'obtiendrai par exemple à l'occasion de mon anniversaire. Quand ils me disent « Joyeux anniversaire Romane », je me sens concernée, j'ai l'impression que la marque s'intéresse à moi et ça va me pousser à acheter. C'est surtout les codes de réduction qui vont me pousser à acheter.

Moi : Merci pour le temps que vous m'avez consacré.

Entretien de Cédric (18 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai vraiment besoin de votre collaboration afin de pouvoir réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse aux questions que je vais vous poser. Décrivez simplement comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous me consacrerez.

On va tout d'abord parler des habitudes sur Internet. Combien d'heures passez-vous environ par jour sur Internet ?

Répondant : Je dirais entre deux et trois heures par jour.

Moi : Pourriez-vous me décrire la dernière fois où vous êtes allé sur Internet ?

Répondant : Je m'ennuyais donc je suis allé sur mon téléphone pour jouer à des jeux sur Messenger.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous surfez ?

Répondant : Non.

Moi : Pourriez-vous me décrire comment vous surfez habituellement ?

Répondant : Quand je cherche une information comme un horaire, un restaurant, je vais aller sur Internet. Sinon je vais beaucoup sur Facebook, Instagram.

Moi : Quel support utilisez-vous habituellement pour aller sur Internet ?

Répondant : Le smartphone essentiellement mais j'utilise aussi un ordinateur portable mais plus pour regarder des séries, des films.

Moi : Vous utilisez le smartphone pour quoi alors ?

Répondant : J'utilise le smartphone pour chatter. Pour tout ce qui est réseaux sociaux parce que c'est plus pratique.

Moi : Et l'ordinateur ?

Répondant : J'utilise plus l'ordinateur pour la détente, les loisirs on va dire. Pour regarder des films, des séries principalement.

Moi : On va maintenant s'intéresser plus à la recherche d'informations sur un produit. Imaginons, vous devez acheter un produit électronique, par exemple un téléphone, une télévision, décrivez-moi un peu ce que vous allez faire.

Répondant : Je vais aller sur Les Numériques. C'est un site Internet. Et avant d'acheter je vais comparer les produits et les prix pour un même produit.

Moi : Internet intervient donc ici dans votre recherche d'informations ?

Répondant : Oui à chaque que je fais des plus gros achats, je compare toujours. Pour des téléphones par exemple. Je regarde les critères en fonction de ce qui m'intéresse, appareil photo par exemple.

Moi : Pourquoi vous comparez ?

Répondant : Je compare pour voir ce qui est le plus intéressant. Dans les smartphones, je trouve que souvent ce n'est pas ce qui est le plus cher qui est le plus performant et donc je recherche le meilleur qualité/prix. Et en magasin c'est différent.

Moi : Si vous deviez acheter un vêtement ou un achat moins coûteux, agiriez-vous de la même façon ?

Répondant : Non.

Moi : Pour un vêtement, par exemple, comment agiriez-vous ?

Répondant : Je ne commande jamais de vêtements sur Internet. Je vais toujours me rendre en magasin. En fonction des catégories de produits, j'agirai différemment.

Moi : Vous parliez d'acheter vos vêtements en magasin. Décrivez-moi un peu votre dernier shopping en magasin.

Répondant : C'était la semaine dernière à l'Esplanade à Louvain-la-Neuve. J'ai été faire du shopping notamment chez Zara. Je me suis dégoté trois petits pulls bien sympatiques dont celui que je porte actuellement.

Moi : Comment y êtes-vous pris en magasin ?

Répondant : Je me suis donc rendu à l'Esplanade et ai décidé d'aller chez Zara. Dans le magasin, je cherche les tailles assez serrantes. Je savais ce que je venais acheter à savoir des pulls et pantalons. Malheureusement, je n'ai pas trouvé de pantalons. Généralement, je fais d'abord un tour du magasin pour repérer un peu. Je flâne dans les rayons à la recherche du produit coup de cœur.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous procédez ?

Répondant : Oui, c'est toujours comme cela que je procède.

Moi : Imaginons, vous cherchez un produit en particulier, par exemple un pull, mais vous ne le trouvez pas en rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais aller dans un autre magasin s'il y en a d'autres à proximité.

Moi : Allez-vous solliciter de l'aide si vous ne trouvez pas ce pull ?

Répondant : Je ne vais pas commander pour aller le chercher.

Moi : Et dans le magasin ?

Répondant : Oui je pourrais demander de l'aide.

Moi : A qui ?

Répondant : Aux vendeurs.

Moi : Expliquez-moi un peu comment vous allez vous y prendre.

Répondant : J'explique juste au vendeur le produit que je recherche. Par exemple, le jour où je cherchais des baskets, je suis allé en magasin car il y a un conseiller direct et qu'il sait me conseiller correctement.

Moi : Pourriez-vous choisir un autre canal pour trouver le produit ?

Répondant : Sur Internet non car au niveau de la taille je suis quelqu'un d'assez difficile. On ne peut pas essayer et ça m'embête.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Quel(s) genre(s) de produits(s) achetez-vous ?

Répondant : Des achats avec un plus gros montant du style électronique, principalement des smartphones. J'achète également des compléments alimentaires qui sont beaucoup plus chers en magasins.

Moi : Décrivez-moi le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : J'ai acheté des places pour aller à un salon du fitness. Les places on ne les trouve pas toutes en magasin donc j'ai tendance à les acheter sur Internet.

Moi : Vous agissez toujours de cette manière ? Comment agiriez-vous pour une autre catégorie de produits ?

Répondant : Ici c'est un peu différent vu que ce sont des places pour aller quelque part. Tout dépend du produit mais surtout du prix. Plus le prix est élevé, plus je vais réfléchir à acheter sur Internet plus facilement.

Moi : Quel genre de produits achetez-vous le plus sur Internet ?

Répondant : Je dirais les compléments alimentaires, les places pour les concerts et les smartphones.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat sur Internet par mois ?

Répondant : A peine une fois par mois je dirais. Généralement quand je commande, je fais d'un coup, je fais une grosse commande. Par exemple, quand je commande des compléments alimentaires je fais pour plusieurs mois comme ça je ne dois pas en recommander à chaque fois. Je ne suis pas un grand acheteur sur Internet.

Moi : Qu'aimez-vous, tout d'abord, dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Le fait qu'il y ait une large gamme de choix par rapport au magasin. La livraison est généralement assez rapide. En tout cas moi ce que je commande c'est toujours assez

rapide. Le gain d'argent est quelque chose qui me plaît aussi énormément, c'est notamment pour ça que je compare les produits.

Moi : Et que n'aimez-vous pas dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Comme je l'ai dit pour les vêtements, on ne peut pas essayer. Et on n'a pas toujours ce à quoi on s'attend avec les photos.

Moi : Et pour d'autres catégories de produits que les vêtements ?

Répondant : Tout ce qui est d'occasion, je ne suis pas toujours fan de ces trucs-là. Je trouve la démarche un peu compliquée. Prendre contact avec les personnes, se déplacer, ça prend parfois beaucoup de temps au final avec Internet.

Moi : Et qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : L'inverse de ce que je viens de dire. Le fait de pouvoir essayer, de voir directement à quoi le produit ressemble. Parfois, il y a quand même des vendeurs compétents, qui connaissent bien leurs produits, là c'est intéressant. Mais bien souvent, ce sont des gens qui ne sont pas bien formés. Ça me plaît d'avoir quelqu'un qui s'y connaît bien quand je vais en magasin.

Moi : Et que n'aimez-vous pas dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : C'est souvent plus cher. On doit se rendre sur place et donc ça prend du temps. On doit se plier à des horaires d'ouverture, ce qui n'est pas le cas d'Internet. Je dirais que ce sont les choses qui me plaisent le moins.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : En fonction des produits que l'enseigne propose. Généralement mes noms favoris, je ne change que rarement. Je vais me fier à la réputation de l'enseigne. Je me renseigne, je regarde tous les produits qu'ils ont, je compare. Si je vois que c'est bien, je vais m'y intéresser. Dans un premier temps, pour connaître l'enseigne je vais me fier aux avis extérieurs, à ce que les personnes me disent. Et après, je me ferai mon propre avis et je retournerai ou non dans cette enseigne.

Moi : Vous choisissez généralement toujours la/les même(s) enseigne(s) ?

Répondant : Oui souvent. Je vais notamment chez Zara, Jack&Jones, bershka (de temps en temps), Célio. Je commande beaucoup sur Prozis (Internet). Mais je vais parfois quand même dans des magasins que je ne connais pas mais par lesquels je pourrais être tenté.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans ces enseignes ?

Répondant : Ce sont des vêtements qui me vont bien au niveau de la taille parce qu'il y a des magasins où je vais essayer mais ça ne va pas bien m'aller. Il faut savoir que je suis quelqu'un de sportif et que j'aime bien les vêtements assez collants.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en relation, en contact avec ces enseignes que vous appréciez ?

Répondant : C'est une bonne question. A priori je ne dirais aucun.

Moi : Vous dites aimez ces marques. Que cela signifie-t-il pour vous ?

Répondant : Je me sens attaché à ces marques. Si je recherche un produit c'est dans ces magasins-là que j'irai en premier parce que je sais que je connais, que ça me convient.

Moi : Et qu'allez-vous faire pour rester en contact avec ces magasins ?

Répondant : Je reçois souvent des mails publicitaires mais ce n'est pas moi qui fait la démarche, c'est eux. Ils m'envoient des mails pour me pousser à revenir acheter chez eux en me disant « Cédric tu nous manques » par exemple. Ce sont les marques, les enseignes qui vont me contacter mais moi je ne vais rien mettre en place pour rester en contact avec elles.

Moi : Comment réagissez-vous à ce genre de message ?

Répondant : Le problème c'est que je sais bien qu'ils font ça avec tout le monde donc d'un côté je me sens bien, ça me fait plaisir mais de l'autre je ne me sens pas touché personnellement. Je ne me sens pas vraiment concerné par ces mails. Même s'ils m'appellent par mon prénom et m'interpellent personnellement, je n'ai pas l'impression que le message est personnalisé.

Moi : Quels sont les éléments qui font que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne, vous parliez par exemple de Zara, avant ou après l'achat, avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : Je vais rarement sur les sites de vêtements.

Moi : Nous pouvons prendre une autre catégorie.

Répondant : Tout simplement quand j'en ai besoin.

Moi : Par exemple, avant d'aller en magasin, quels sont les éléments qui font que vous allez vous rendre sur le site Internet ?

Répondant : Ce n'est pas quelque que j'ai l'habitude de faire avant d'aller en magasin.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Généralement, je sais à l'avance ce que j'achète en magasin et ce que j'achète sur Internet. Je sais ce que je vais chercher en magasin.

Moi : Et après avoir été en magasin, qu'est-ce qui fait que vous allez peut-être vous rendre sur le site Internet ?

Répondant : De nouveau, c'est quelque chose que je fais rarement. Si je n'ai pas trouvé un produit en magasin, je vais parfois me rendre sur le site internet de l'enseigne mais ça m'arrive rarement.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Je dirais que je suis un consommateur averti.

Moi : C'est-à-dire ?

Répondant : Je dirais que je suis modéré dans mes achats. Généralement, j'achète uniquement ce dont j'ai besoin. Je vais rarement faire un tour dans les magasins gratuitement. Je suis souvent à la recherche de quelque chose de bien particulier.

Moi : Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, mobile, ...) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Pour des vêtements, je vais rarement utiliser plusieurs canaux. Je vais plus le faire pour des plus gros achats et ce pour gagner de l'argent. Je vais aussi utiliser plusieurs canaux pour comparer les produits et à nouveau gagner de l'argent.

Moi : Quel est les canaux que vous allez privilégier généralement ?

Répondant : Essentiellement Internet et le magasin. C'est le mieux pour comparer et avoir le plus d'informations possible.

Moi : Et ce qui concerne le mobile (applications) ?

Répondant : J'utilise beaucoup mon smartphone mais par contre je ne télécharge pas et n'utilise pas les applications des enseignes.

Moi : Ici j'ai sélectionné quelques informations, quelques publicités. Je vais vous laisser les regarder. Dès que vous avez fini, n'hésitez pas à me le mentionner.

Décrivez-moi un peu en général ces publicités.

Répondant : Je n'aime pas trop moi ça. Je trouve que ces publicités poussent à la consommation.

Moi : Quelle est votre réaction face à ces publicités ?

Répondant : Ici ce ne sont pas des produits qui m'intéressent. Mais de temps en temps je reçois des mails par rapport à des produits que j'achète encore bien. Et c'est vrai que s'il y a une promotion je serais encore bien tenté d'acheter.

Moi : Quelle est votre réaction si ce sont des produits qui vous intéressent ?

Répondant : Si c'est un produit qui m'intéresse je vais être réactif et être tenté d'acheter ce produit. Mais si je ne pas intéressé par le produit, ça ne me fait ni chaud, ni froid. Mon cerveau fait le tri entre ces informations et je n'y vais que très peu attention voire pas du tout.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer les clients sur certains canaux ?

Répondant : Oui. Ici, par exemple, on nous parle du site Internet. On voit également rendez-vous dans le magasin participant.

Moi : Quel est votre avis sur cela ?

Répondant : Moi je ne m'y rendrais par personnellement. Mais c'est vrai qu'Internet c'est facile, ça ne prend pas beaucoup de temps.

Moi : Selon vous, pourquoi les marques veulent envoyer les clients d'un canal à un autre ?

Répondant : Pour l'argent. Je pense qu'elles veulent vendre plus et faire un maximum de profit. Elles veulent gagner le plus d'argent possible.

Moi : Ici, je vais vous demander de faire deux tas avec les publicités en fonction de ce dont nous avons discuté et en fonction d'un critère que vous déterminerez.

Répondant : Ici j'ai rassemblé les publicités qui touchent les réseaux sociaux, qui se font via les réseaux sociaux, a priori Facebook. De l'autre côté, ce sont les publicités que l'on reçoit à domicile. Ah non, pas celle-ci de Bershka, c'est sur Internet aussi. Il y en a encore d'autres en fait, je vais refaire deux tas.

Ici il y a ce qu'on reçoit dans la boîte aux lettres ou en magasin et qui va nous renvoyer sur la boutique en ligne via le lien noté sur le papier. Je vois des liens entre magasin et Internet en fait. De l'autre côté on a les sites internet qui nous renvoient vers le magasin en nous disant, par exemple, « rendez-vous en magasin ».

Moi : Que pensez-vous de cette façon de procéder ?

Répondant : Je trouve que ce n'est pas bête. Je pense que c'est une bonne manière pour une enseigne de se faire une réputation. Mais en même temps je me dis que c'est peut-être bête quand même parce qu'on a son mode de fonctionnement favori. Moi personnellement si je me rends toujours en magasin, je ne vais pas changer avec les publicités de ces enseignes.

Moi : Justement, parlons un peu de la communication des marques. Quelle influence aura celle-ci sur le canal que vous allez choisir ?

Répondant : La manière dont une marque va communiquer vers moi n'aura pas d'influence sur le canal que je vais choisir sauf si elle propose vraiment quelque chose d'intéressant, une formule intéressante. Si c'est quelque chose qui va me toucher personnellement, peut-être que ça m'incitera à changer de canal.

Moi : Quel rôle pensez-vous que la communication va avoir sur le canal que le consommateur va choisir pour s'informer, pour acheter un produit ?

Répondant : Je pense qu'elle a un rôle important. Si une marque ne communique pas, elle ne peut pas exister aux yeux des consommateurs.

Moi : Et vous, comment une marque va pouvoir vous toucher personnellement ?

Répondant : La plupart du temps, c'est en me proposant des prix attractifs parce que c'est vrai que des fois j'attends pour faire ma commande sur Internet, puis on me propose des prix intéressants et c'est là où je serai tenté de commander. Principalement au niveau du prix. Si la marque communique d'une façon avantageuse au niveau du prix, ça va m'intéresser. Mais comme je le disais tantôt, les messages comme « Cédric, tu nous manques » ça ne va pas me toucher même si d'un côté, ça va me faire sentir important et ça j'aime bien. Mais de l'autre côté, je sais que c'est du pipeau, des paroles en l'air. Ils tournent ça d'une manière qui peut être intéressante. La première fois que j'ai reçu ce genre de message, c'est vrai que j'étais étonné quand même. Mais après je me suis rendu compte que c'était banal et qu'ils envoyaient les mêmes messages à tout le monde en changeant juste le nom.

Moi : Vous sentez-vous généralement concerné par la communication des marques ?

Répondant : Tout dépend du produit. Dans certains oui. Mais par exemple pour les publicités ici, ce sont des publicités auxquelles je n'aurais pas fait attention. Si c'est une marque qui m'intéresse qui me touche là je vais me sentir concerné. Sur Facebook, parfois, ils nous proposent en fonction de nos intérêts et je trouve que c'est très intéressant de communiquer en fonction des intérêts de la personne.

Moi : Je vous remercie d'avoir répondu à mes questions.

Entretien de Philippe (51 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse aux questions que je vais vous poser. Il faut simplement décrire comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer pour cet entretien.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Je dirais une bonne heure par jour.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière fois où vous êtes allé sur Internet.

Répondant : C'était aujourd'hui. J'ai été sur le temps de midi à mon bureau. J'ai regardé pour acheter des pneus sur Internet.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous surfez habituellement ?

Répondant : Non, je peux aller sur Facebook, aller sur mon adresse mail. Je regarde aussi mes messages. Ma messagerie professionnelle du bureau j'y vais tout le temps, enfin, régulièrement.

Moi : Quel support utilisez-vous habituellement pour aller sur Internet ?

Répondant : ça peut être mon pc portable, mon GSM et parfois ma tablette.

Moi : Lequel utilisez-vous le plus ?

Répondant : Le pc portable.

Moi : Et cela dans quel but ?

Répondant : Professionnel et privé. Dans le cadre de mon bureau, je dois aller voir mes messages professionnels. Pour le privé j'utilise l'ordinateur et le GSM.

Moi : Qu'allez-vous voir plus sur l'ordinateur du domaine du privé ?

Répondant : En plus de mes messages, parfois je vais sur des sites comme Amazon, rue du commerce ou des trucs comme ça.

Moi : Et sur votre téléphone, que regardez-vous alors ?

Répondant : La même chose.

Moi : Pourquoi parfois choisir plus le téléphone et parfois plus le téléphone alors ?

Répondant : Parce que l'écran est plus convivial avec l'ordinateur. Puis la batterie du téléphone est plus réduite au niveau du temps. Ça dépend également de l'endroit où je me trouve. Si je n'ai pas mon ordinateur, alors là je prendrai mon téléphone.

Moi : Et la tablette alors ce sera dans quel cas ?

Répondant : La tablette c'est à la maison. Parfois le soir ou le week-end je l'utilise. J'aime notamment bien lire le journal sur la tablette. C'est plus grand que le GSM comme format et donc c'est plus agréable.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique, une télévision ou un GSM par exemple, décrivez-moi un peu comment vous allez agir.

Répondant : Ça dépend. Si je connais exactement le modèle, la marque que je veux acheter, je vais taper le modèle, la marque sur Internet et je verrai un peu où on le trouve. On me donnera les sites et j'irai voir. En règle générale, je vais voir sur Amazon, sur MediaMarkt et je compare un peu les prix.

Moi : Internet va intervenir dans votre processus d'information, d'achat ?

Répondant : Oui surtout pour ce genre de produits.

Moi : C'est le seul canal qui va intervenir dans ce cas-ci ?

Répondant : Non, je peux aussi aller dans un magasin spécial genre Eurocenter ou VandenBorre. Mais souvent je vais voir une première fois en magasin puis je regarde quand même les prix sur Internet. Mais des sites comme VandenBorre et Kreffel on sait voir les prix online donc je regarde aussi parfois sur leurs sites internet avant de me rendre dans le magasin.

Moi : Et imaginions que vous deviez acheter un vêtement par exemple, quelque chose d'une moindre valeur agiriez-vous de la même façon ? Comment agiriez-vous ?

Répondant : Pour les vêtements, je vais voir sur des sites comme showroomprivé, ventes exclusives. Je regarde parfois les ventes qu'il y a là-dessus. Je n'achète pas tout parce que parfois il y a des choses où c'est plus compliqué au niveau des tailles. Mais je ne fais pas tout le travail de comparaison que je fais avec des plus gros achats notamment car sur des sites comme ventes exclusives ou showroomprivé, ils mettent souvent le prix de départ et ils mettent la réduction donc en général je pense que ça correspond plus ou moins au prix magasin. Et c'est beaucoup plus difficile de comparer des vêtements que par rapport à un modèle spécifique de télévision ou de GSM. Il y a tellement de modèles différents dans les vêtements que trouver le même ce n'est pas toujours évident.

Moi : Vous parlez de magasin. Décrivez-moi un petit votre dernier shopping en magasin.

Répondant : J'ai été faire des courses ce midi. Je suis allé chez Aldi et j'ai acheté des produits pour le jardinage (des semences, du terreau). Et j'ai aussi été acheté de la viande chez Delhaize.

Moi : C'est toujours comme cela que vous procédez ?

Répondant : Ici je ne savais pas ce que j'allais acheter mais comme je passais devant, je suis allé faire un petit tour. Pour l'Aldi, j'ai pris ce que j'avais besoin pour le jardin. Sinon, le Delhaize j'y allais pour acheter de la viande et je savais que je voulais de la viande. Mais je suis reparti avec des bananes en plus de ma viande.

Moi : Et donc vous agissez toujours comme cela quand vous faites vos courses ?

Répondant : Quand je fais des grosses courses, je prépare ma liste avant avec ce dont j'ai besoin. Puis je vais dans le magasin chercher mes produits. Mais parfois je fais en fonction des promotions qu'il y a en magasin aussi. Je ne vais pas me contenter de ma liste. Si je vois un article intéressant mais qui n'était pas dans ma liste, je pourrais l'acheter.

Moi : Si on prenait le domaine des vêtements, décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin pour des vêtements. Comment vous agissez quand c'est pour des vêtements ?

Répondant : Si je vais dans un grand centre commercial, je vais rentrer dans la boutique et si je vois un article qui m'intéresse mais à un prix qui m'intéresse, je vais l'acheter. Par exemple, je sais que si j'ai besoin d'un jean et que j'en vois un qui plait dans une gamme de prix correcte, je peux l'acheter s'il me va. Je peux savoir trois mois à l'avance que si un jour je vois un jeans qui me plait je l'achète mais je ne vais pas toujours acheter directement ce dont j'ai besoin. Et quand je vois quelque chose avec une bonne remise dessus ça peut m'arriver d'acheter mais il faut vraiment qu'il y ait une bonne remise parce que si je n'ai pas vraiment besoin, en général, je ne l'achèterai pas comme je dis ici s'il y a une bonne remise et que ça me plait évidemment.

Moi : On va imaginer que vous êtes dans le magasin, chez Aldi par exemple ce midi, et vous cherchez un produit en particulier et vous ne le trouvez pas, qu'allez-vous faire ?

Répondant : Si j'en ai vraiment besoin, je vais aller voir dans un autre magasin, si c'est vraiment urgent. Sinon, j'attendrai une autre fois quand j'irai faire des courses.

Moi : Et dans le magasin-même qu'allez-vous faire si vous ne trouvez pas un produit ?

Répondant : Je vais d'abord demander à quelqu'un qui travaille dans le magasin s'ils ont ce produit dans leur gamme de produits et s'ils ne l'ont pas ben tant pis. Mais pour être sûr que je ne suis pas passé à côté du produit sans le voir ou que le produit est en rupture de stock, je vais demander au vendeur se trouvant le plus proche.

Moi : Avez-vous effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel(s) genre(s) de produits en général ?

Répondant : ça peut être de tout. Ça peut être un voyage, un billet d'avion, un vêtement, un GSM, de l'électronique, des batteries que ce soit pour appareil photo ou autre, des cartes SD. Ça va dans tous les sens. Même des pneus pour voitures. A vrai dire j'aime beaucoup acheter sur Internet. J'aime bien de comparer, c'est un peu un plaisir.

Moi : Pourquoi donc un plaisir ?

Répondant : C'est bien parce qu'on voit directement si c'est disponible et les prix de ce qu'on recherche et on peut voir là où c'est le plus intéressant d'acheter. Il y a parfois des grandes

différences de prix. Je peux même aller sur des sites étrangers comme Amazon Allemagne ou Angleterre et parfois ce ne sont pas tout à fait les mêmes prix.

Moi : Décrivez-moi le dernier achat que vous avez effectué sur Internet ?

Répondant : C'était du vin. J'ai fait une commande groupée pour plusieurs personnes de mon groupe de vin.

Moi : Décrivez-moi comment vous avez procédé pour cet achat.

Répondant : Je vais sur un site qui s'appelle « Un jour un vin » et on fait souvent des commandes groupées parce qu'à partir d'un certain montant d'achat, les frais de livraison sont gratuits. Donc je demande à des gens autour de moi qui aime bien le vin. Et également avec le groupe d'œnologie, on est sur l'application What'sApp et quand on voit quelque chose qui nous intéresse, on s'envoie un message et ceux qui sont intéressés le disent. Ça peut être moi qui fait l'achat mais ça peut aussi être quelqu'un d'autre. Mais ici dernièrement c'est moi qui ai fait la commande.

Moi : Pourquoi acheter le vin sur Internet et pas plutôt en magasin ?

Répondant : Parce que là sur ce site c'est le prix départ propriété et parfois même moins qu'à la propriété. Et en plus ils ont certains types de vins qu'on ne va pas trouver en grande surface.

Moi : Quels sont vos craintes en commandant du vin comme cela sur Internet ?

Répondant : Je n'en ai pas ici car je sais que ce site-là est fiable mais je ne commanderais pas sur n'importe quel site. Et je sais que sur ce site c'est de la qualité et jusqu'à présent je n'ai pas eu de problème.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous allez procéder pour faire des achats sur Internet pour autre chose que du vin ?

Répondant : Le vin c'est différent parce qu'en général je ne vais que sur un seul site (Un jour un vin). Tandis que si j'ai besoin d'un GSM, par exemple, je pourrai aller voir sur Amazon, Rue du Commerce, Ebay, bien que maintenant je n'y vais plus beaucoup, et je vais comparer. Mais je pourrai aussi aller voir en magasin combien le GSM coûte et en fonction de la différence de prix j'achèterai soit sur le site internet ou dans la boutique. S'il n'y a pas une

grande différence de prix, j'irai plutôt dans la boutique acheter le GSM pour tout ce qui est problème de garantie parce que parfois un GSM ça peut être parfois embêtant d'acheter sur Internet pour tout ce qui est garantie. Donc si la différence de prix est petite, j'irai plutôt acheter le GSM dans une boutique où si j'ai un problème je pourrai le remettre en magasin sans devoir le renvoyer.

Moi : Quel est le genre de produits que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : C'est fort hétéroclite. C'est un peu de tout.

Moi : Mais quelle catégorie de produits plus qu'une autre ?

Répondant : Je dirais dans les vêtements. Ou tous des produits comme des cartes SD, des cartes mémoires, des batteries que j'achète beaucoup aussi. Je vais même acheter sur un site qui s'appelle Aliexpress et qui est un site chinois.

Moi : Pourquoi achetez-vous plus ce genre de produits sur Internet qu'en magasin ?

Répondant : Parce que c'est beaucoup moins cher et qu'en boutique prendre une batterie d'origine, par exemple pour un appareil photo, c'est hors de prix. C'est pour une question de prix essentiellement que je vais beaucoup avoir recours à Internet.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits sur Internet ? Qu'est-ce qui vous plaît là-dedans ?

Répondant : C'est de pouvoir trouver vraiment le produit qu'on veut et ce au meilleur prix. Si on va directement dans un magasin, il y a beaucoup moins de choix et donc il y a beaucoup plus de choix sur Internet. Et en général le prix est plus intéressant sur internet. Mais évidemment lorsqu'on achète un objet à un faible coût, il faut regarder à ce que les frais de port ne soient pas trop élevés. Sur Amazon souvent c'est à partir de 25€ que les frais de port sont gratuits.

Moi : Et si vous n'avez pas atteint le montant nécessaire pour bénéficier des frais de port gratuits, qu'allez-vous faire ?

Répondant : En général, s'il manque un petit peu pour atteindre le montant, je vais demander à quelqu'un à la maison, à une connaissance ou à un collègue s'il n'a besoin de rien pour arriver au montant. En règle générale, je vais acheter plus pour avoir les frais de livraison

gratuits sauf s'ils sont vraiment faibles et que malgré le fait que je paie des frais de livraison c'est quand même moins cher que ce que je trouverai en commerce.

Moi : Et que n'aimez-vous pas ou moins dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?
Qu'est-ce qui vous plait moins ?

Répondant : Ce qui me plait bien, évidemment, c'est que si l'achat ne correspond pas à ce qu'on avait demandé ou que l'objet est défectueux, c'est la procédure de retour qui peut parfois être un peu lourde. Et alors le problème de garantie aussi. Il y a une chose qu'il ne faut pas oublier c'est que souvent en France ce n'est pas deux ans de garantie qu'ils donnent mais un an seulement. C'est un peu l'aspect négatif. Je sais que ce qui est petit électro-ménager, même GSM, ce n'est qu'un an de garantie. Et même en général, si on a un problème ça peut être embêtant avec Internet et s'il faut remballer l'objet, il faut le signaler sur le site Internet, imprimer une étiquette, aller dans un point kiala ou à la poste. Au final, le processus est lourd et parfois ça peut être un peu rebutant.

Moi : Et qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : Le fait que justement cette garantie, cette sécurité que si jamais il y a un problème, en principe, il n'y aura pas de soucis, ils vont changer l'objet défectueux. Peut-être parfois pour certains magasins, le service client est bien. On sait qu'il y a un bon service technique si on a un problème avec l'appareil électronique. Le problème maintenant dans les grandes chaînes c'est de plus en plus en difficile de trouver un bon service après-vente parce que souvent ils passent directement par la marque, ils remballent à la marque. Si on achète un GSM Samsung, ils vont le remballer chez Samsung. Ils réparent de moins en moins eux aussi.

Moi : Et pour des vêtements, qu'est-ce qui vous plait dans le fait d'acheter en magasin ?

Répondant : Le fait qu'on puisse essayer. Là on est sûr que ça ira ou que ça n'ira pas, ce qui n'est pas toujours le cas avec Internet car dans les tailles ça peut parfois être déroutant. Parfois on va prendre une taille M et ça va aller très bien et dans une autre marque, ça va être serrant. Et si on essaie en magasin, on voit tout de suite si ça va ou si ça ne va pas. Et puis parfois quand on voit sur le net, la photo peut être trompeuse. Quand on a le produit chez soi, la couleur n'est peut-être pas vraiment celle qu'on avait perçue sur la photo.

Moi : Et que n'aimez-vous ou moins dans le fait d'acheter des produits en magasin ? Qu'est-ce qui vous plait moins ?

Répondant : Je ne vais pas dire que ça me déplaît. Je veux dire que l'avantage du net par rapport au magasin c'est souvent les prix. On va trouver parfois le même objet beaucoup moins cher sur le net parce qu'il n'y a pas d'intermédiaire alors que le magasin doit payer la location du magasin, le personnel. Il y a quand même un coût beaucoup plus important que pour le net qui est là.

Moi : Et votre fréquence d'achat sur Internet, vous diriez qu'elle est de combien de fois par mois ?

Répondant : Je dirais 2-3 fois par mois. Mais ça dépend des mois, parfois c'est 5-6 fois. Je peux également acheter via d'autres personnes comme je parlais tantôt avec le vin. Je fais des achats groupés.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : ça dépend ce que je veux comme produit d'abord. Mon premier réflexe souvent c'est d'aller sur Amazon et ce pour beaucoup de choses car ils ont une gamme tellement vaste dans tous les domaines que c'est le premier truc que je fais. Je fais Amazon France mais aussi Amazon Allemagne.

Moi : Pourquoi Amazon ?

Répondant : Parce qu'ils ont énormément de produits et généralement ils sont assez compétitifs dans les prix. Et souvent aussi à partir d'un certain montant (25€ quand ils livrent eux-mêmes), il n'y a pas de frais de livraison. Alors que sur Rue du commerce, ils ont aussi énormément de produits mais il faut payer les frais de livraison. C'est difficile de ne pas avoir de frais de livraison. Maintenant si le produit est vraiment moins cher sur Rue du commerce et que même avec les frais de livraison il sera moins cher je vais l'acheter là, c'est sûr.

Moi : Et si nous prenons plus l'alimentaire, comment allez-vous choisir vos enseignes ?

Répondant : L'alimentaire je n'achète pas beaucoup sur Internet, je vais essentiellement en magasin. Je fais plusieurs magasins mais j'ai quand même mes habitudes au Carrefour. Mais je peux aller à l'Aldi, je peux aller une fois de temps en temps au Colruyt, une fois de temps en temps au Delhaize. Parfois, je regarde un peu les folders aussi. Si je vois une belle offre, je peux aller acheter là.

Moi : Pourquoi allez-vous plus aller chez Carrefour que chez Aldi, par exemple ?

Répondant : C'est une habitude. J'ai mes habitudes dans ce magasin-là. Et j'avais oublié mais il y a aussi des sites sur lesquels je vais qui sont des sites d'achat de produits pharmaceutiques. Je prends notamment des produits pour mon psoriasis. Par exemple, la gamme Eucerin c'est quand même beaucoup moins cher en général sur le net. C'est sûrement 30%-35% moins cher. Pour des produits comme cela, je préfère aller sur Internet qu'en pharmacie car le prix est beaucoup plus intéressant pour avoir les mêmes produits.

Moi : Et qu'en est-il des pharmacies alors ?

Répondant : Je vais en pharmacie pour tout ce qui est ordonnance et tout ce qui est médicament à proprement dit parce qu'ils ne peuvent pas tout vendre sur ces sites de pharmacie en ligne.

Moi : Quels sont les éléments qui vous plaisent dans les enseignes que vous avez citées ?

Répondant : Carrefour j'aime bien l'aménagement du magasin. Je trouve que c'est agréable. J'ai mes habitudes. Colruyt, je trouve que le magasin est moins agréable mais par contre, ils ont des prix qui sont souvent plus compétitifs que chez Carrefour. Là, j'irai plus pour les prix chez Colruyt. Même si je vais tout de même plus chez Carrefour malgré cela.

Moi : Allez-vous parfois vous rendre sur le site Internet de Carrefour ou Colruyt par exemple ?

Répondant : Oui, notamment pour voir le folder si je l'ai jeté ou que je ne l'ai pas à disposition, voir un peu les promotions. Sur Colruyt, je vais aussi sur Colishop. J'ai déjà fait des achats sur ce site.

Moi : Et après comment cela va se passer avec votre commande ?

Répondant : Je vais aller chercher le colis sur place en magasin. En règle générale, je passe en vitesse prendre le colis mais je ne rentre pas dans le magasin. Ça peut arriver mais ce n'est pas systématique.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne, avec une marque que vous aimez bien comme par exemple Amazon ou Carrefour ?

Répondant : En général, une fois qu'on a acheté, ils nous demandent si on veut être tenu informé et on reçoit régulièrement des mails. Et si on fait une fois une recherche sur un objet bien précis, j'ai déjà remarqué que pendant tout un temps, on reçoit des pubs avec l'objet qu'on a regardé.

Moi : Comment vous réagissez vous à cela ?

Répondant : Parfois, je ne les ouvre pas et parfois si je suis toujours intéressé par cet objet-là et que je ne l'ai pas trouvé, je vais regarder.

Moi : Et qui décide de recevoir ces nouvelles ?

Répondant : Sur certains sites, ils demandent si on veut recevoir les news et là il faut cocher. Par contre, ces pubs (les cookies) qui viennent se mettre, c'est le magasin qui le fait en fonction des recherches faites sur le moteur de recherche. En fonction de ce qu'on a recherché, tout à coup c'est marrant, on reçoit des pubs de ce qu'on a regardé deux-trois jours avant.

Moi : Et par exemple avec Carrefour qu'allez-vous mettre en place pour rester en contact avec eux ?

Répondant : Carrefour, j'ai la carte du magasin (carte Carrefour) donc de temps en temps ils m'envoient des mails. Aussi non en général c'est plutôt moi qui fait la démarche d'aller voir ce qu'ils ont en promo sur le net, plutôt qu'eux qui entrent en contact avec moi je pense.

Moi : C'est donc vous qui mettez des choses en place pour rester en contact avec eux ?

Répondant : Parce que j'ai la carte carrefour et de ça je reçois chaque fois des mails. Mais je n'attends pas ces mails spécialement pour me rendre en magasin.

Moi : Quels sont les éléments qui font que vous allez vous rendre sur le site internet d'une enseigne avant ou après une visite en magasin ou un achat ? Par exemple, qu'est-ce qui fait que vous allez vous rendre sur le site de Carrefour avant ou après la visite en magasin ? Ou même un autre site. Sur le site d'un magasin où vous avez été ou où vous comptez aller.

Répondant : Simplement pour voir le folder que je n'ai peut-être pas reçu en papier ou que je n'ai pas sous la main. Ou si j'ai besoin d'une chose bien précise, voir un petit peu si je la

trouve là, voir un peu les prix mais ça ce n'est pas systématique car ils ne mettent pas tout sur les sites des magasins.

Moi : Et après avoir été en magasin, chez Carrefour par exemple, qu'est-ce qui fait que vous pouvez vous rendre sur le site ? Ou si vous avez été dans un magasin de vêtements particulier, qu'est-ce qui fait que vous allez vous rendre sur le site de ce magasin ?

Répondant : Tout simplement parce que j'aurais peut-être cru voir une promo dans le folder et que je ne l'ai pas vue dans le magasin et donc pour vérifier que je ne me suis pas trompé.

Moi : Par exemple, vous vous rendez chez H&M, qu'est-ce qui fait que vous pourriez aller sur le site Internet après avoir été en magasin ?

Répondant : En général, je ne le fais pas, sauf si c'est vraiment ce produit-là que je voulais.

Moi : Qu'allez-vous faire si vous ne trouvez pas un produit en magasin ?

Répondant : Je demanderai à un vendeur tout d'abord. Et je pourrai éventuellement aller dans un autre magasin pour trouver le produit si celui-ci ne se trouve plus dans le magasin dans lequel je suis. Je peux aussi me rendre dans une autre enseigne pour trouver un produit équivalent au produit recherché.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Je pense que je suis un consommateur qui utilise quand même pas mal Internet pour faire des achats. J'utilise Internet pour comparer. Et si je trouve l'objet au prix que je trouve intéressant, je n'aurai pas peur d'acheter sur le net plutôt qu'en magasin.

Moi : Mais quel type d'acheteur diriez-vous que vous êtes ?

Répondant : Je crois que je ne suis pas trop compulsif. Je vais d'abord comparer avant d'acheter un produit. Et quand je serai sûr d'avoir le bon prix, que c'est là le plus intéressant, c'est là que j'achèterai. Je suis quelqu'un qui fait attention au prix. J'adore avoir l'impression que je fais une bonne affaire.

Moi : Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, mobile, ...) lors d'un processus d'achat ? Qu'est-ce qui va vous pousser à utiliser plusieurs canaux ?

Répondant : Tout dépend du type de bien. Quand c'est vraiment de l'alimentaire, j'irai plutôt en magasin. Ici, je vais utiliser un canal. Ce que je n'utilise pas du tout, c'est les courses en ligne. Je connais des gens qui font ça, ils commandent sur internet et ensuite, soit ils se font livrer chez eux, soit ils vont chercher leur colis sur place. Ça je n'ai encore jamais fait. Je fais pas mal d'achats sur internet mais des courses sur Internet, il y a moyen de le faire chez Carrefour et Colruyt et ça je ne le fais pas. Je trouve que ça prend du temps.

Moi : Mais qu'est-ce qui va vous pousser, comme vous en parlez là, à utiliser plusieurs canaux dans un même processus d'achat ?

Répondant : Par exemple, en magasin, si c'est un objet hifi genre GSM ou télévision ou un truc de ce style, je vais d'abord voir un petit peu l'objet en magasin, les caractéristiques. Et éventuellement, je comparerai sur Internet pour voir si ça vaut vraiment la peine pour la différence de prix d'acheter sur Internet. Je vais aller voir en magasin ou aussi sur le site Internet du magasin parce que des magasins comme Kréfel ou Vandenborre permettent de voir tous leurs objets sur leurs sites internet. Si c'est plus intéressant ou que la différence de prix sur des sites comme Amazon, où là je ne dois pas me déplacer pour aller l'acheter, ça vaut la peine alors j'irai chez Kréfel ou Vandenborre pour l'acheter, voire Mediamarkt aussi mais le problème c'est la distance car je n'ai pas de magasin tout près.

Moi : Et donc pourquoi utilisez-vous internet ET le magasin ?

Répondant : Pour comparer. Et le magasin ce qu'il y a, c'est qu'on peut voir l'objet en chair et en os. Si c'est un GSM, on peut le prendre en main. La télévision, on voit un petit peu les différentes caractéristiques. On peut poser nos questions à un vendeur. Et donc je regarde un peu en magasin puis sur Internet et si je vois que la différence de prix est intéressante, j'achèterai peut-être sur Internet. Si ce n'est pas le cas, alors je retournerai en magasin acheter le produit. Je vais naviguer, voyager entre les différents canaux. J'aime bien comparer pour avoir le meilleur prix mais avec la qualité derrière, la garantie. Je ne vais pas acheter sur n'importe quel site non plus. Il faut quand même un site de confiance.

Moi : Sur base de quoi vous définissez cette confiance ?

Répondant : Amazon on sait bien que c'est un site qui fonctionne pas mal. Ils sont dans le monde entier et ils n'ont pas intérêt à escroquer les clients. On peut avoir parfois un souci avec eux comme ça arrive avec n'importe quel site. Mais je crois que s'ils veulent avoir une

bonne pub, ils doivent rendre un bon service au client. Tandis que si je vois une fois un truc en faisant une recherche sur un moteur de recherche et que je ne connais pas ce site, je vais aller voir sur Internet. En effet, il y a parfois des sites, je ne me souviens plus le nom, qui disent si, oui ou non, c'est un site de confiance. Et donc quand je ne connais pas je vais aller voir sur Internet en mettant par exemple le nom du site avec à côté « arnaque » et là je vois ce qu'on dit car il y a parfois des sites qui sont créés de toutes pièces pour arnaquer le client.

Moi : Et donc sur quoi vous allez baser votre confiance envers un magasin/une enseigne ? Sur quels éléments ?

Répondant : Il y a les magasins que je connais et ceux-là j'ai confiance parce que je les connais. Et si je ne connais pas, je fais une recherche sur Internet et j'essaie de recouper les informations pour voir si c'est fiable ou pas. Je vais me baser sur ce que les autres consommateurs disent. Il y a aussi les sites qui traquent et collectent les informations et vont dire là c'est un site pas fiable ou là c'est un site pas fiable.

Moi : Et en ce qui concerne les magasins, les points de vente, sur quoi allez-vous baser votre confiance ?

Répondant : Le magasin de toute façon, en règle générale, quand on y vend de l'électroménager, au niveau belge il y a une garantie légale donc c'est une sécurité. Parfois je vais parfois aller acheter un article en magasin parce qu'il y a une promo dans ce magasin tout simplement.

Moi : Mais qu'est-ce qui va faire que vous allez avoir plus confiance en un magasin plutôt qu'un autre ?

Répondant : Le prix, le service après-vente.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités. Je vais vous laissez les regarder. Regardez bien attentivement et dites-moi quand vous avez terminé.

Répondant : Voilà, j'ai terminé.

Moi : Décrivez-moi en général ces publicités. Qu'avez-vous pu remarquer ?

Répondant : Qu'il y en avait quand même pas mal qui concernaient le retour d'objets achetés soit parce qu'on était pas content, que ça ne correspondait pas ou alors on demandait le

remboursement. Il y en a qui concernent aussi les achats sur le net et de se faire livrer l'objet qu'on a commandé dans le magasin même. Et il y en a d'autres qui concernent des produits achetés dans le magasin et que si on va sur un site internet signalé sur le petit prospectus qu'on a eu, on peut gagner quelque chose (un voyage, une valise ou d'autres choses). Il y a des concours, c'est ça que je veux dire.

Moi : Comment est-ce que vous vous réagissez à ce genre de publicités ?

Répondant : Les concours, je crois que si j'achète un produit, qu'on me donne le papier, je ferai le concours sauf si c'est vraiment des trucs qui ne m'intéressent pas. Le fait qu'on puisse retirer l'objet gratuitement en magasin, ça c'est quand même très intéressant car en général ils offrent généralement la possibilité de retirer l'objet dans un magasin proche de chez soi.

Moi : Et à votre avis, pourquoi l'enseigne, la marque fait ça ?

Répondant : Parce que justement elle sait qu'il y a quand même une part de sa clientèle qui aime faire des achats sur le net, que sur le net toute la collection de la marque sera présente et que donc on risque de trouver l'objet et le vêtement que l'on veut vraiment et donc la taille que l'on veut vraiment, ce qui n'est pas spécialement le cas quand on va en magasin. On a les avantages de l'achat en magasin en achetant sur le net car la livraison est gratuite. La marque veut aussi fidéliser sa clientèle aussi quelque part. Pour la marque, le coût est moindre que de faire une livraison à domicile. Et le fait de faire revenir l'objet en magasin, peut-être que le client va faire un tour en magasin. Moi en général, je n'y vais que pour prendre mon colis mais c'est aussi pour attirer le client qui va se dire « je suis dans le magasin, autant aller faire un petit tour » et il va peut-être acheter quelque chose qu'il ne pensait pas acheter au départ tout simplement. Mais ça, ça m'arrive rarement. Je ne vais pas dire que ça ne m'est jamais arrivé. Ça m'est déjà arrivé mais ce n'est pas fréquent. En général, je vais récupérer mon colis sans faire un tour dans le magasin.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes utilisent les publicités pour envoyer leurs clients sur certains canaux comme Internet, le point de vente, ... ?

Répondant : C'est possible. Ça ne me vient pas à l'esprit comme ça.

Moi : Je vais vous demander de faire deux tas avec les publicités que vous avez devant vous en fonction d'un critère que vous déterminez et en fonction de ce dont nous venons de parler.

Répondant : Deux tas qu'il faut faire ?

Moi : Oui.

Répondant : ça ça fait référence au site. Ça certainement aussi. Voilà.

Moi : Expliquez-moi un peu vos deux tas.

Répondant : Ici, ce tas-là, c'est plutôt ce qui a attiré à aller consulter le site. C'est des achats online. Ça c'est le site de Colishop. Il propose soit de retirer soi-même le colis, on ne paie qu'à l'enlèvement. On est sur le site Internet de Colishop qui va nous envoyer chercher notre colis au Colruyt, en magasin du coup. Ici, on a un site qui propose la livraison gratuite en magasin ou payante à domicile. Donc ici, ça incite à aller en magasin.

Moi : Et pourquoi les marques renvoient d'un canal à un autre ?

Répondant : Si c'est du magasin vers Internet, pour qu'on voit l'ensemble de la gamme que vend le magasin et nous inciter à acheter et à recommander sur Internet pour se faire livrer à nouveau en magasin.

Moi : Et que pensez-vous de ça vous personnellement ?

Répondant : Moi ça ne me dérange pas car si je n'ai pas spécialement envie de faire des achats, je ne les ferai pas spécialement. Je ne me sens que moyennement concerné mais c'est vrai que ça peut être très tentant.

Moi : Voilà, donc sur base de ce dont nous avons parlé, je vais vous demander de refaire deux tas.

Répondant : Alors ça, on l'a eu en magasin. Ça aussi. Ça c'est sur le site. Ça c'est en magasin aussi. Site. Site. Magasin. Ça c'est le site. Ça c'est le site. Ça c'est le site.

Moi : Expliquez-moi un peu vos tas.

Répondant : ça c'est ce qu'on trouve en magasin et qui nous incite à aller voir sur un site bien particulier soit le site du magasin ou d'un produit vendu par le magasin.

Moi : Pourquoi les marques veulent-elles vous renvoyer sur le site du magasin à votre avis ?

Répondant : Tout simplement pour voir soit l'ensemble de la collection du magasin ou c'est dans le cadre de concours d'un produit participant, pour participer au concours et du coup, ça renvoie sur le site du produit participant et ça va peut-être nous inciter à acheter d'autres produits.

Moi : Et expliquez-moi votre deuxième tas.

Répondant : Le deuxième tas c'est ce qu'on retrouve sur le site Internet des différents magasins et qui en général nous disent qu'on peut se faire livrer gratuitement en magasin. Ça peut être aussi des concours où on nous dit de nous rendre en magasin pour gagner tel ou tel objet. On nous incite à aller en magasin. Le premier tas c'est le magasin qui nous incite à aller sur un site internet que ce soit le site du magasin ou le site d'un produit participant. Et ça ce sont les sites des magasins qui nous incitent à aller dans le magasin que ce soit pour aller chercher des produits qu'on a commandé via le site ou par des offres, des concours.

Moi : Comment réagissez-vous personnellement à ce genre de publicités ?

Répondant : Je me sens concerné car si je fais un achat sur Internet, si je peux le faire livrer en magasin, je le ferai livrer. Et des concours, si ça ne m'engage ou si c'est un produit que je dois acheter, qui m'intéresse, je le ferai aussi.

Moi : Selon vous, quel rôle va jouer la communication d'une marque sur le canal que le consommateur va choisir d'utiliser pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : Il y a différents canaux. Ça peut être sur Internet, ça peut être à la tv la communication pour acheter un produit. Alors, il y a la communication qui se fait en magasin que ce soit en grande surface avec des produits en publicité ou des gratuités.

Moi : Vous, quel genre de communication va vous interpeler ?

Répondant : La communication. D'abord, si c'est un nouveau produit que je ne connais pas. Ils vont faire de la pub à la tv et la pub va m'interpeler. La pub dans le magasin aussi. Et les promotions. Ça aussi c'est un moyen de communication d'essayer de vendre un produit avec un rabais. Et ce qu'ils font beaucoup en magasin c'est les gratuités (2+1 gratuit). Je pense que c'est un moyen de communication aussi pour inciter les gens à acheter ce produit-là.

Moi : Et pour tout ce qui est Internet ?

Répondant : Sur le site, ils vont peut-être mettre 20% sur les pulls, 30% sur les jeans. Les promotions ça va m'attirer. Je n'ai pas besoin d'une communication personnalisée. Une fois qu'on fait un achat sur un site bien précis, en général, on est dans le mailing et on reçoit des messages. Et donc je vais parfois ouvrir les messages et en fonction de ce qui se trouve dedans je vais peut-être voir 40% sur les jeans de telle marque et donc je vais être interpellé et aller voir. Je ne vais pas nécessairement acheter mais là j'irai consulter en fonction de ce mailing. Il y a aussi cet aspect communicationnel. On reçoit énormément de mails de ce genre. Groupon j'avais oublié mais c'est une enseigne qui fonctionne pas mal là-dessus aussi. On reçoit des mails tout le temps.

Moi : Très bien, je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

Entretien de Marine (22 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. Cet entretien vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse aux questions que je vais vous poser. Répondez simplement. Expliquez comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Et je vous remercie d'abord pour le temps que vous allez me consacrer ici.

Nous allons tout d'abord parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Par jour, je pense que je passe plus ou moins 1h30-2h par jour sur Internet.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière où vous êtes allée sur Internet.

Répondant : C'était hier soir. J'ai regardé les Anges et j'ai acheté des trucs sur Amazon. J'ai fait quelques achats pour mon ordinateur, pour mon téléphone, ... Et j'ai aussi été regardé mes mails.

Moi : Donc vous avez fait des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Quels genres d'achat ?

Répondant : Des accessoires pour mon Mac. C'est beaucoup moins cher sur les sites Internet que dans les magasins je trouve. Quand tu vas chez Mac ou chez Apple, c'est vraiment hors de prix et sur Amazon il y a des prix vraiment raisonnables. On paie la moitié, voire le quart du prix qu'on paierait en magasin et donc les trois quarts de mes achats, je les fais sur Internet.

Moi : Nous reparlerons encore de ça plus tard dans l'entretien. C'est toujours de cette manière que vous surfez quand vous allez sur Internet ?

Répondant : Oui. La semaine je surfe surtout pour mes travaux, pour l'école car il y a pas mal d'informations sur Internet. Et sinon le reste du temps c'est plus pour me divertir.

Moi : Sur quel support allez-vous habituellement sur Internet ?

Répondant : Essentiellement sur mon ordinateur portable et aussi un peu sur mon smartphone.

Moi : Pour quoi utilisez l'ordinateur et pour quoi le téléphone ?

Répondant : Je préfère mille fois aller sur l'ordinateur car c'est plus grand, plus rapide. Et mon téléphone, je l'utilise quand je n'ai pas ordinateur. Je me mets sur la 3G quand je suis en déplacement et que je n'ai pas mon ordinateur. Mais dès que je peux utiliser mon ordinateur portable je l'utilise. Je l'utilise pour tout.

Moi : Et le téléphone ?

Répondant : Le téléphone c'est plus pour trouver des adresses, des contacts, des itinéraires, pour regarder mes Snapchat, mes messages, ... Quand je me dis que je dois passer deux heures sur Internet, je ne vais pas aller sur mon téléphone, je vais d'office aller sur mon ordinateur.

Moi : Maintenant nous allons nous intéresser à la recherche d'informations sur un produit. Alors nous allons imaginer que vous devez acheter, par exemple, un produit électronique comme un téléphone, une télévision, un téléphone. Décrivez-moi un peu ce que vous allez faire.

Répondant : Moi souvent quand je fais des gros achats, je vais sur Internet. Pour m'informer, je vais toujours avant sur Test-Achats pour voir s'il y a des informations ou s'ils ont déjà fait des tests sur le produit. Puis après, je fais un peu mon étude de marché. Je vais voir sur les différents sites qui vendent la même chose. Je vais voir s'il y a des prix moins chers, plus chers et pourquoi.

Moi : Internet va donc intervenir dans votre processus d'information ?

Répondant : Ah oui. Presque toujours sauf pour des trucs plus futiles comme des vêtements. Là je ne vais pas regarder sur Internet, je vais aller en magasin directement. Par exemple, pour mon Mac Book, c'est quand même un prix à mettre et là j'ai quand même fait pas mal de recherches pour être sûre de ce que j'achetais. Pour mon téléphone c'est la même chose. Je vais toujours chercher la chose la mieux que je peux avoir pour le prix le plus bas et c'est toujours sur Internet que je trouve ça.

Moi : Pourquoi allez-vous utiliser Internet ? Pourquoi utilisez-vous Internet dans votre processus d'information ?

Répondant : Pour trouver le meilleur prix. Et il y a souvent beaucoup plus d'avis sur Internet qu'on peut trouver. Si on va en rue, on ne va demander aux gens. Mais sur Internet, on va voir clairement ce que beaucoup de gens pensent et on va pouvoir se faire notre propre avis nous-mêmes. Je vais me beaucoup fier aux avis des autres consommateurs.

Moi : Donc vous parlez de vêtements. Par exemple, si vous deviez acheter un vêtement, comment allez-vous agir dans ce cas-là.

Répondant : Les vêtements, j'y vais plus au coup de cœur, je me pose moins de questions. Je craque plus sur Internet car ça prend deux secondes. On va sur le site, on choisit notre vêtement, on paie en deux secondes et puis c'est fini. On n'a pas à réfléchir. Tandis que quand je serai en magasin, je vais plus réfléchir. Je vais essayer le vêtement. Je vais un peu tourner dans le magasin, voir si j'achète le vêtement. Sur Internet c'est beaucoup plus facile. Et je pense que ça nous attrape un peu car parfois on ne voit pas les trucs en vrai. On voit un vêtement sur un magasin, on trouve ça trop beau, on voit ça sur un mannequin mais on ne l'essaie pas. On se dit qu'on va l'acheter et au final, on est parfois un peu déçu. Donc au final, je pense qu'Internet est une bonne façon de faire son shopping mais parfois on peut être déçu et on se dit qu'en vrai, on a plus le temps de réfléchir et de voir l'objet.

Moi : Donc vous parlez justement de magasin. Décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : Moi je ne fais pas énormément de shopping, pas beaucoup mais quand j'y vais, c'est souvent à Bruxelles car il y a beaucoup plus de magasins. Ce que j'aime bien c'est les basiques Zara, H&M. Parfois je vais Avenue Louise chez Abercrombie ou dans des magasins un peu plus chers où il y a parfois des trucs vraiment sympas. Le dernier shopping que j'ai fait, j'ai été chez Zara Avenue Louise et je me suis acheté une robe pour une soirée.

Moi : Et là, comment avez-vous agi en magasin ?

Répondant : Je savais que j'allais chercher une robe pour la soirée. Moi je ne fais jamais du shopping pour faire du shopping. Ça m'énerve vite parce qu'il y a beaucoup de gens et que les gens m'énervent. Mais quand je vais dans un magasin c'est que je suis pressée, que je n'ai pas le temps, que je dois vraiment trouver quelque chose dans l'heure ou dans la demi-heure.

Mais parfois c'est vrai que j'ai beaucoup de mal à me décider et c'est vrai que j'ai tendance à passer 1h-1h30 sur la robe pour être sûre que je dois acheter celle-là et pas une autre. Et en comparant avec Internet, j'aurai plus tendance à acheter plus vite sur Internet car je ne sais pas essayer, que je vois juste sur une photo et que je n'ai pas le choix, je commanderai directement. Tandis qu'en magasin j'aurai tendance à essayer 1500 choses avant de choisir vraiment la bonne.

Moi : C'est toujours comme cela que vous procédez ?

Répondant : Dans 90% des cas je vais en magasin quand il me faut vraiment quelque chose ? Je sais dans quel magasin je vais, je sais ce que je veux acheter. Je ne sais pas exactement quoi mais je sais que je veux une robe, un pantalon ou un pull. Mais je ne vais jamais dans les magasins juste pour faire les magasins. Ça ça ne m'arrive pas souvent. Alors que quand je vais sur Internet, c'est plus pour le plaisir.

Moi : On va imaginer que vous cherchez une robe pour votre soirée et que vous ne la trouvez pas dans le rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Si je la trouve dans un rayon, en général, je vais aller voir sur le site du magasin pour la trouver et demander à une vendeuse si elle a cette robe-là. C'est la première chose que je vais faire. Si je cherche une robe, je vais dans le magasin et si je ne trouve pas la pièce que je veux dans le magasin je vais demander à une vendeuse. Souvent, je vais voir sur Internet avant, surtout quand je veux une robe bien précise. Je vais chez Zara pour une robe noire avec des froufrous, par exemple, et je ne la trouve pas. Et bien je vais directement montrer la pièce sur mon téléphone à une vendeuse et demander s'ils l'ont encore. Parfois on réserve ou parfois elle n'est pas là. Si elle n'est pas là, à ce moment-là, je la commanderai dans le magasin. Je ne la commanderai pas sur le site. Je ne sais pas pourquoi d'ailleurs mais ce que j'ai tendance à faire, c'est de la commander en magasin. Je vais demander à une vendeuse en magasin pour commander la robe que je veux.

Moi : Et pourquoi demander aux vendeurs plutôt que le faire vous-même sur le site internet de l'enseigne ?

Répondant : J'ai toujours eu cette impression que ça allait plus vite et que c'était plus sécurisé. Après si ça tombe, ça n'a rien à voir. Mais c'est inconscient et c'est une habitude.

Moi : Avez-vous effectué donc déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Vous l'aviez déjà dit. Pour quel(s) genre(s) de produit(s) par exemple ?

Répondant : La plupart du temps c'est soit pour les vêtements que je commande souvent sur les sites chinois où ça ne coûte rien. Ça j'aime bien. Quand je ne suis pas pressée, c'est juste des trucs que j'aime bien et que je sais que je recevrai dans 2-3 semaines et au final j'en ai pour 20€ pour 8 à 10 pièces donc je trouve ça raisonnable. Ça c'est souvent que je fais. Je dirais que c'est la moitié des choses que j'achète sur Internet. Et l'autre moitié c'est toujours des accessoires pour mon téléphone, des chargeurs, des coques pour mon téléphone, ... Je dirais que ce sont des craquages et pas des trucs que j'ai besoin. Et c'est vrai que sur Internet je n'ai pas tendance à acheter des trucs dont j'ai besoin mais plutôt des trucs dont j'ai envie. Et j'irai plus en magasin pour les trucs dont j'ai vraiment besoin.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : C'était hier soir avant de dormir. J'ai acheté une coque pour mon Mac, un nouveau chargeur car je l'ai encore perdu. J'ai acheté un livre sur Amazon. J'ai acheté un doc pour mon iPhone, une sorte de base.

Moi : Comment vous y prenez-vous pour trouver un produit ?

Répondant : Souvent je vais juste taper, par exemple, juste MacBook Air ou juste iPhone 6 et je vais voir tout ce qu'on me propose. Et plus je vais trouver des trucs qui me plaisent, plus je vais détailler ma recherche. Par exemple, hier j'ai vu tout un ensemble rose gold que j'aimais bien et pour mon Mac et pour mon iPhone et pour mon chargeur et les trois ensembles coûtaient vraiment un prix ridicule. Du coup je me suis dit trop bien et donc pour ma coque d'iPhone je vais essayer de trouver la même chose. C'est en fonction des choses que je trouve que je vais de plus en plus détailler ma recherche.

Moi : C'est toujours comme cela que vous agissez pour tous les types de biens ?

Répondant : ça c'est plus pour les accessoires. Pour les vêtements, par exemple, je vais aller un peu partout. Je vais aller dans robe, pantalon et défiler un peu sur la page. Je ne vais pas nécessairement mettre des trucs précis. J'essaie toujours de faire le plus large comme ça je vois le plus de choses possibles et je ne rate rien. Il m'arrive aussi d'acheter des bijoux et pour ça c'est la même chose. Je regarde vraiment en gros. J'essaie de mettre le choix le plus large.

Je ne suis jamais vraiment très détaillée dans mes choix. Je mets juste robe, collier, ou quelque chose comme ça et généralement je trouve ce que je veux. Et puis s'il y a des trucs que j'aime bien, je vais noter à côté que je cherche spécialement ça et puis je le trouverai. Je pars toujours du plus large pour arriver au plus détaillé. Et au final je trouve toujours le produit que je veux.

Moi : Quel(s) genre(s) de produit(s) achetez-vous le plus ?

Répondant : Tout ce qui est accessoires pour mon ordinateur, mon smartphone et les vêtements.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat sur Internet par mois ?

Répondant : Je n'achète pas tant que ça. En fait je regarde énormément mais avant de passer une commande je prends beaucoup de temps parce que je me dis « Oh je ferai ça demain ». Et vu qu'il faut faire avec la carte, avec la machine, ça m'énerve. Et vu que je n'ai pas encore de carte de crédit c'est embêtant. Et donc parfois je passe des semaines entières à regarder et au final je commande 3 articles. Donc je dirais que je passe une commande sur Internet une fois par mois et grand maximum deux fois par mois.

Moi : Et vous regardez combien de fois par mois ?

Répondant : J'ai vraiment des périodes où je n'ai plus d'argent et du coup je ne regarde pas. Et il y a des périodes où je déprime un peu, j'ai envie de me changer les idées et donc je regarde. Mais honnêtement, je regarde peut-être maximum un à deux jours par semaine sur mon temps d'ordinateur.

Moi : Et vous consacrez votre temps d'ordinateur uniquement à cela ?

Répondant : Oui je regarde toujours les nouveautés. Je suis toujours un peu à l'affût des nouveaux trucs. Et oui toujours pour ça.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Ce que je n'aime pas dans les magasins c'est qu'il y ait énormément de gens partout. Ça m'énerve vite. Je me sens vite oppressée par la musique des magasins, par les gens qui courent partout, par les gens partout, ... Et donc ce que j'aime bien sur Internet c'est qu'on est tranquille chez soi, qu'on a le temps qu'on veut, qu'on peut regarder tranquillement

les choses. Ça j'aime vraiment bien. On peut payer quand on veut. On peut regarder les articles pendant trois semaines et puis passer la commande deux mois plus tard, ça ne change absolument rien. On a aucune pression et ça j'aime bien parce que je trouve que dans les magasins il y a quand même un peu de pression commerciale avec la musique, avec les vendeuses qui nous demandent ce qu'on veut, les gens qui courent dans tous les sens (surtout à Bruxelles). Par exemple sur la Rue Neuve c'est l'enfer. Par exemple chez Primark quand j'ai besoin d'un truc ne fusse que des chaussettes à 3€, ça me prend 1h30 pour aller dans la file et je ressorts de là avec des joues rouges et ce n'est pas possible. Et donc l'avantage d'Internet c'est qu'on puisse faire ça tranquille chez soi et qu'on ait aucune pression.

Moi : Et qu'est-ce que vous n'aimez pas ou moins dans le fait d'acheter sur Internet ?

Répondant : Ce que j'aime moins c'est qu'on ne voit pas les choses. C'est ça qui est un peu compliqué. Il m'est déjà arrivé plusieurs fois d'être déçue par les commandes que j'ai reçues en me disant que ce n'est pas du tout ça que j'ai vu, je ne m'attendais pas du tout à ça, que c'est beaucoup trop grand ou c'est horrible ou la matière est dégueulasse. Ça m'énerve un peu qu'on ne puisse pas toucher le vêtement même si c'est logique. Et je trouve que c'est un peu un point faible d'Internet même s'il a aussi ses points forts. Parfois, pas souvent, on est déçu par ses commandes et parfois on ne les reçoit jamais. Ça m'est arrivé une fois de ne pas recevoir mon colis et donc ça peut arriver qu'on ne reçoive sa commande. On n'est pas à 100% sûr de recevoir le colis chez soi même si dans la majorité des cas on le reçoit.

Moi : Et le fait de ne pas recevoir le colis va-t-il avoir un impact sur vous ?

Répondant : ça c'est arrivé et depuis je suis beaucoup plus prudente et je regarde les avis des consommateurs par rapport aux livraisons, s'ils ont bien reçu leurs commandes, ...

Maintenant je n'ai plus aucun souci mais c'est vrai quand j'ai été regardé à nouveau après les avis sur le vendeur, j'ai vu beaucoup d'avis négatifs de personnes disant qu'elles n'avaient pas reçu leur colis. J'aurais aussi pu être plus prudente donc maintenant je le suis davantage et ça se passe bien et je n'ai plus de stress avec ça.

Moi : Quel rôle ont les autres consommateurs pour vous sur Internet ?

Répondant : Je vais me fier aux avis des autres consommateurs. Ils ont un rôle de guide, de conseiller. Je ne vais pas uniquement me fier à des vendeurs, à des professionnels. Par exemple sur Amazon il y a les petites étoiles pour les vendeurs et on voit chacun les avis des

autres consommateurs (« Oui j'ai reçu en deux jours », « Non, je n'ai jamais reçu mon colis »). Quand on regarde ça, on sait d'office si on peut se fier à ce vendeur là ou non et donc ça c'est intéressant.

Moi : Et pour un site Internet que vous ne connaissez pas ? Un site Internet où vous trouvez des chouettes trucs mais vous ne connaissez pas le nom du site, qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais toujours regarder si c'est un site fiable sur un programme spécial. Mon papa est informaticien et il a un site que peu de gens connaissent et où on peut directement taper l'adresse URL et voir si c'est fiable, si c'est certifié, s'il y a Paypal dessus, si le paiement est sécurisé, ... Maintenant à chaque fois que je ne connais pas un site, je tape l'adresse pour savoir si tout est certifié. Mais je n'achète jamais sur un site sans savoir d'où il vient et s'il est bien certifié.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter plutôt des produits en magasin ?

Répondant : Justement le contraire d'Internet. C'est le fait que malgré qu'il y ait beaucoup de gens et qu'il y ait un peu de pression, on peut voir les choses, on peut voir clairement ce qu'on achète, on peut analyser le vêtement pendant deux heures, on peut voir ce que donne le vêtement sur nous, on peut l'essayer et ça c'est un grand avantage qu'Internet n'a pas. Les magasins se perdent dans le fait qu'il y a de la pression mais ils y gagnent aussi dans le fait qu'on voit clairement l'objet et on peut avoir la chose directement. Sur Internet quand on commande, on a peut-être l'objet 3 ou 4 jours plus tard. Tandis que quand on rentre dans un magasin si on veut acheter quelque chose, on sait qu'on va ressortir avec cette chose-là et pouvoir rentrer chez nous. Ça c'est pas mal aussi. C'est d'ailleurs pour ça que j'y vais quand j'ai vraiment besoin de quelque chose car je sais bien que je vais y aller et que je vais ressortir avec ce dont j'ai besoin.

Moi : Toujours ?

Répondant : Quand je trouve ce que je veux en tout cas oui.

Moi : Et qu'est-ce que vous n'aimez pas ou moins dans le fait d'moi ?

Répondant : La foule m'opprime surtout dans les magasins à Bruxelles où je réside. Donc ce n'est pas très agréable de faire les magasins même si j'imagine bien qu'il doit y avoir des plus petites villes où c'est sympa de faire les magasins. Quand j'entre dans un magasin et que je

vois qu'il y a une file de 3kms et d'1h30 d'attente pour acheter une paire de chaussettes à 3€, je vais ressortir directement. Ça aussi ça m'énervé. Et je trouve que souvent dans les magasins, même si ça dépend des magasins, il y a de la musique très forte, les gens parlent fort. Il y a vraiment une sorte de pression commerciale. Par exemple chez Abercrombie il y a du parfum toutes les deux secondes, des gens qui lavent partout. Moi c'est un peu le truc qui me repousse et où je vais me dire que c'est beaucoup trop commercial pour moi car ce genre de pression je ne supporte. Pour moi des gros désavantages des magasins c'est les gens, la pression, la musique et la file.

Moi : Et comment allez-vous choisir les enseignes où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : Souvent je vais regarder autour de moi ce que les gens portent. Si je vois des copines qui ont des trucs sympas, des marques que je ne connais pas et qu'il y a un magasin tout près de chez moi, je vais aller voir à quoi ça ressemble. Je ne me base pas sur les autres, ce n'est pas une question de ressembler aux autres mais je vais surtout regarder sur les autres des trucs qui me plaisent. Ça m'arrive de demander à une fille dans la rue d'où vient son sac si je flash dessus. Je pense que c'est surtout en regardant les gens autour de moi que je pique les trucs un peu partout en me disant « ça ça me plaît » et que grâce à ça, je choisis les enseignes. Et je choisis les enseignes en fonction de mon style et de la qualité aussi. Mon but est toujours de trouver le meilleur rapport qualité prix. Je n'irai jamais mettre 400€ dans une veste, ça ne m'intéresse pas. Mais s'il faut mettre 100€ dans une veste pour être sûr qu'elle tienne 3 ans et qu'à côté il y a une veste à 50€ qui va casser dans deux jours, je vais clairement acheter celle à 100€. Je vais toujours essayer de trouver le meilleur endroit entre le prix et la qualité, le meilleur rapport qualité/prix. Je ne vais pas acheter un produit qui ne coûte rien du tout mais qui ne tient pas.

Moi : Allez-vous toujours choisir les mêmes enseignes ?

Répondant : Honnêtement ça varie beaucoup. Je n'ai pas de marque phare où je vais tout le temps aller en disant « J'adore cette marque ». Je vais plus m'attacher au vêtement et au style parce que parfois en fonction des saisons, il y a des magasins qui changent totalement. Il y a des saisons que je déteste totalement dans certains magasins puis au printemps ils sortent quelque chose d'incroyable, donc ça dépend vraiment. Je n'ai pas vraiment de marque attachée à moi. Par exemple, il y en a qui vont toujours aller chez Abercrombie ou encore Zara. Moi, je fais un peu au feeling. Je ne fais pas un tour partout car je ne fais pas souvent les

magasins mais je me base sur les avis des personnes. Quand j'entends qu'il y a des trucs cools à certains endroits, j'irai voir en magasin. Mais j'essaierai quand même d'aller un peu dans la qualité. J'irai dans des magasins comme Primark quand je n'ai pas beaucoup d'argent et qu'il me faut un bikini pour l'été. Mais ce n'est pas là que je vais aller faire mes courses de l'hiver. J'essaie de trouver quand même un minimum de qualité pour le meilleur prix. Ce ne sera jamais des énormes prix mais un prix raisonnable.

Moi : Des enseignes, des marques qui vous plaisent par exemple ?

Répondant : J'aime beaucoup Pull&Bear. Zara je trouve que c'est un peu indémodable. Je trouve qu'il y a toujours des trucs horribles mais aussi des trucs trop beaux. Je sais que quand je rentre dans ce magasin, il y aura au moins toujours un truc que j'aimerai bien dans ce magasin-là. Je passe aussi parfois à l'Inno où il y a pleins de marques différentes. Ça c'est des meilleures marques qui coûtent plus chers mais parfois ça me fait plaisir d'acheter un ou deux trucs là-bas. J'aime bien aussi Abercrombie, Springfield, les Bourgeoises. Chez les Bourgeoises, il y a vraiment des trucs sympas. C'est aussi un peu plus cher mais parfois il y a des trucs vraiment bien. Victoria Secret j'adore. Ça par contre c'est vraiment une marque que j'adore. Victoria Secret en Belgique déjà il n'y en a pas à part à l'aéroport donc j'y vais toujours quand je passe et qu'il y a des promos. Ça c'est peut-être une des seules de mes marques phares parce que je ne suis jamais déçue par cette marque. C'est vraiment une de mes marques préférées.

Moi : Qu'est-ce qui plait précisément dans cette marque Victoria Secret ?

Répondant : Je crois que c'est un peu tout la lumière qu'on met autour de cette marque qui attire beaucoup les filles. En tout cas moi ça m'attire pas mal. Je trouve qu'ils sont un peu décalés. Par rapport aux autres magasins de lingerie, ils ont toujours des trucs un peu osés, un peu spéciaux, des trucs fluo, de la dentelle, des trucs qui peuvent un peu choquer. Je trouve qu'ils sont toujours en décalé par rapport aux autres et c'est ça que j'aime bien chez eux. Ils n'ont pas peur d'innover. Ils sortent toujours des nouvelles choses. À chaque fois que je vais à l'aéroport et que je passe devant ce magasin., il y a toujours des trucs que je trouve complètement insensés mais aussi que je trouve vraiment chouettes, vraiment chouettes à porter. Après, il faut oser. C'est une marque qui ne me déçoit clairement jamais.

Moi : Quel moyen allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne, par exemple Victoria Secret ?

Répondant : Quand il y a des magasins que j'aime vraiment bien, ça ne m'arrive pas souvent, je demande une carte de fidélité. C'est souvent ce que je demande mais j'en ai maximum 3 ou 4 dans portefeuille maximum parce que je n'aime pas en avoir pleins de partout car après on donne notre mail à tout le monde, on reçoit des mails de partout et ça ça me rend dingue. Il y a juste Victoria Secret où je suis abonné à la Newslettter sur les mails comme ça chaque fois je suis au courant des nouveautés. Mais je n'aime pas non trop le faire. Je le fais avec les marques que j'aime vraiment bien parce que sinon on est tout le temps bombardé de pleins de spams. Et dès que je peux passer par ce magasin-là, je passe toujours voir les nouveautés en magasin comme ça je vois les choses en vrai.

Moi : Quand vous allez, par exemple, recevoir la newsletter, les mails qu'allez-vous faire ?

Répondant : La seule newsletter où je suis abonnée c'est Victoria Secret. Dans le centre-ville de Bruxelles il n'y en pas donc souvent je vais d'office voir mes mails et puis je ne vais pas aller au magasin pour y aller. Quand je passe devant je vais y aller mais je ne vais pas me déplacer pour y aller. J'ai beaucoup plus tendance à cliquer sur le lien du site qu'il y a dans le mail et je vais voir les nouveautés sur le site. Mais de nouveau, je préfère faire ça de chez moi que de me déplacer pour aller dans le magasin. Si je suis sur place tant mieux mais si je n'y suis pas, je n'irai pas de moi-même. Mais ce n'est pas pour autant que je vais acheter sur le site de Victoria Secret. Je vais voir sur le site mais, par exemple, Victoria Secret c'est un peu compliqué car c'est livré soit d'Angleterre, soit des Etats-Unis donc je sais que ça va prendre beaucoup trop de temps et que ce sera plus rapide si je vais moi-même et donc j'attends de passer à l'aéroport pour aller acheter chez Victoria Secret. Mais pour Zara ou des autres enseignes comme ça, ça m'arrive de commander du site là. J'alterne entre le site et le magasin pour ces enseignes-là comme Zara par exemple.

Moi : Qu'est-ce qui va faire que vous allez aller sur le site internet d'une enseigne, d'une marque (comme Zara, H&M, Victoria Secret par exemple) avant et/ou après la visite en magasin, l'achat ?

Répondant : Avant d'aller en magasin, souvent je vais regarder sur le site Internet si ça vaut la peine que j'y aille, pour voir s'il y a des choses qui m'intéressent vraiment. Si je n'ai pas le courage d'y aller, je vais commander sur le site. Si j'ai vraiment envie de voir à quoi ressemble le vêtement, je vais aller en magasin. Souvent il y a d'autres choses que je vois en magasin que j'aime bien et donc je vais me dire « ah cette collection est vraiment bien ». Par

exemple, la collection printemps qui vient de sortir est vraiment pas mal et du coup après, j'irai voir sur le site si je n'ai rien raté, s'il n'y a pas des pièces que je n'ai pas vu en magasin et qui sont sur le site.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommatrice ?

Répondant : Souvent je dis à mes amis en rigolant que je suis un véritable produit de la société car je critique tous ceux qui voient les pubs et qui vont directement acheter mais en réalité, je pense que je suis un peu comme ça aussi. Je ne suis pas fort influençable au niveau mode car je sais ce que je veux et je sais ce que je ne veux pas. Par contre, je marche vraiment au coup de cœur. Donc si je vois un truc que j'aime vraiment bien, je ne vais pas trop me poser de questions. Je parle pour Internet car dans les magasins je me pose beaucoup plus de questions. Mais, par exemple, sur Internet je vois un collier à 1€ sur un site chinois ou quelque chose comme ça, je vais directement l'acheter, je ne vais pas me poser mille questions. Donc je crois que c'est un peu un produit de ça parce que tous ces trucs-là je n'en ai pas vraiment besoin, je sais totalement vivre sans et pourtant je les achète. Ce n'est pas de la compulsivité mais presque. C'est un peu pour se changer les idées, se dire ce n'est pas grave et se faire plaisir un peu. Je crois que je suis quand même une assez bonne consommatrice et pas mal influençable par les sites Internet. Je me fais vite prendre au jeu. Quand je vois des beaux trucs, je vais vite sauter dessus et les mettre dans mon panier et ce sera réglé. Par contre, en magasin, je crois que je suis beaucoup moins influençable parce que je réfléchis vraiment à ce que je veux acheter. Je ne sais pas pourquoi je suis comme ça sur Internet et comme ça en magasin. Peut-être que je n'aime pas le fait qu'il y ait beaucoup de gens en magasin et que je vais vite avoir tendance à partir et à laisser le vêtement en rayon tellement j'en ai marre. En magasin, je suis beaucoup moins compulsive et je vais beaucoup plus réfléchir. Je peux, par exemple, passer trois fois dans un magasin dans la même journée sans finalement rien acheter. Mes comportements sont tout à fait différents sur Internet et en magasin. Je ferai des achats beaucoup plus réfléchis en magasin alors que sur Internet pas du tout.

Moi : Quels sont les éléments qui font que vous allez utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, ...) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Souvent quand je n'ai pas le temps et que j'ai besoin de quelque chose directement, je vais aller en magasin parce que je sais que j'ai beaucoup plus de chances

d'avoir la chose directement. Quand je vais sur Internet c'est plus pour des achats dont je n'ai pas besoin mais que j'aime bien, sur lesquels je flashe. Je vais faire ces achats parce que je sais que je n'en ai pas besoin demain ni après-demain. Je sais que je vais les recevoir dans 3 jours, une semaine ou deux mais ce n'est pas grave. Je dirais donc qu'Internet c'est quand je ne suis pas pressée et quand il y a des choses que j'aime mais dont je n'ai pas besoin. Et les magasins c'est plus dans le besoin. Par exemple, aujourd'hui j'ai besoin d'une robe pour ma soirée de demain et bien je vais aller chez Zara pour acheter ma robe. Magasin = besoin et Internet c'est quand j'ai le temps.

Moi : Pourquoi allez-vous parfois utilisez les deux pour faire un achat, pour vous informer sur un produit ?

Répondant : Souvent, j'essaie de prémâcher le travail. C'est-à-dire que je sais déjà que je n'aime pas aller dans les magasins donc je vais d'abord aller sur le site pour voir s'il y a des choses qui me plaisent. Puis en fonction de ce que je vois, je sais ou pas si ça vaut la peine que j'aille dans le magasin. Je fais le travail en deux étapes. Première étape : je vais sur le site pour voir les nouveautés, pour voir des produits que j'aime bien. Et s'il y a des produits que j'aime bien, j'irai voir en magasin. Mais je ne ferai jamais d'abord magasin puis Internet. C'est toujours dans un sens mais pas dans l'autre.

Moi : Ici, j'ai quelques publicités, quelques informations que je vais vous donner. Je vous laisse jeter un œil à celles-ci et dites-moi quand vous avez terminé.

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces informations dans l'ensemble. Qu'avez-vous pu observer ?

Répondant : Souvent, c'est pour attirer le client. Il y a pas mal de concours pour proposer de gratter, de gagner des choses, de participer, de donner ses coordonnées, ... Il y pas mal de promotions pour essayer de montrer que « nous on fait des choses pour vous » avec par exemple le retrait gratuit en magasin, gagner un appartement pour vous pendant un an, prolongez votre shopping à domicile. C'est encore une fois pour peut-être attirer le consommateur vers Internet. Par exemple, celle-ci de Bershka c'est sur Internet. Ici, retrait offline, pareil, on est sur Internet. Ça encourage le consommateur à commander sur Internet. Par exemple, avec Pimkie et Bershka on a la livraison gratuite en magasin et ça encourage le consommateur à aller sur Internet.

Moi : Et vous, comment réagissez-vous à ce genre de publicités ?

Répondant : Moi honnêtement, la publicité ne me touche pas énormément. Je suis plus attirée par les articles. Tout ce qui est promotion, ... ça ne m'attire pas. Quand je vais vers des publicités je ne suis pas super intéressée. Quand je reçois des petits papiers pour les concours, je ne vais pas aller m'inscrire, ça ne m'arrive jamais. J'ai toujours l'impression que ce n'est pas vraiment honnête ce genre de choses. Je me dis qu'il y a 3000 personnes qui vont jouer et une seule qui va gagner. J'ai pas le courage de faire ça. Je sais qu'encore une fois c'est donner ses coordonnées, son adresse mail, c'est être rempli de spams sur sa boîte mail. Honnêtement la publicité ne m'attire pas tant que ça mis à part quand je vais voir chez Pimkie « retrait gratuit en magasin ». C'est vrai que si je commande sur le site, j'aurai plus tendance à commander mes articles et retirer mon colis en magasin plutôt que chez moi où je vais peut-être payer 5€ en plus. Ça c'est vrai que ça m'attirera peut-être mais c'est juste l'information, c'est peut-être un peu moins de la publicité. Par exemple, tout ce qui est gagnez un appartement pendant un an ou votre salaire triplé pendant un an, ces choses-là je ne les fais jamais parce que ça ne m'attire pas et que je n'y crois pas.

Moi : Vous parlez, par exemple, de Pimkie qui propose le retrait gratuit en magasin. Quand vous avez recours à ce genre de chose lorsque vous commandez sur Internet, comment allez-vous agir lorsque vous allez chercher votre colis ?

Répondant : Souvent, j'aurai tendance à aussi faire un tour dans le magasin. Je crois que je l'ai fait deux-trois fois de commander sur Internet et d'aller chercher en magasin, chez Zara notamment, et c'est vrai que je repars rarement avec juste ce que j'ai commandé. Souvent j'ai tendance à acheter un truc, même un petit truc comme un t-shirt à 5€ ou un truc comme ça mais je ne repars pas souvent les mains vides. Je trouve que c'est un bon marketing de la part des magasins.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients sur certains canaux ? (Sur Internet, en magasin, ...)

Répondant : Ce que j'ai vu pas mal de fois, c'est le retrait gratuit en magasin. J'ai déjà vu ça sur pas mal de site. Sur le site de Zara, par exemple, ils encouragent beaucoup à cela et c'est à mon avis pour ça qu'ils le font. Je n'y ai jamais vraiment pensé mais je pense que c'est ça aussi. Pimkie le fait aussi même si je n'ai jamais commandé sur ce site. Je sais que parfois quand je vais sur Zalando, des trucs comme ça, j'ai déjà vu des annonces en dessous de

certaines articles « venez voir en magasin » ou « venez voir les vrais en magasin » où la photo n'est pas correcte et c'est vrai que ça encourage à aller voir en magasin, aussi pour voir les autres choses. Ça je ne le fais pas souvent, mis à part quand je dois vraiment aller chercher un truc en magasin. Je n'irai pas d'abord voir les articles en magasin avant de commander sur Internet. Soit je vais commander sur Internet, soit je vais acheter en magasin mais je ne vais pas tout mélanger. C'est soit l'un, soit l'autre.

Moi : Si je vous demande de faire deux tas avec ces publicités en fonction de ce dont on vient de parler, pouvez-vous le faire ?

Pouvez-vous m'expliquer un peu les deux tas que vous avez fait ?

Répondant : J'ai été simple dans ma classification. D'un côté, j'ai mis les concours où il faut aller s'inscrire sur Internet, donner ses coordonnées, mettre un code, ... J'ai l'impression que tous ces codes qui sont donnés, avec ça, on essaie de personnaliser la communication avec le client en disant « vous êtes le seul à avoir ce code, il faut aller le mettre ». Donc j'ai mis dans ce tas toutes les choses auxquelles je ne participe jamais. Le deuxième tas c'est un tas qui encourage la commande par Internet mais qui encourage aussi le passage par le magasin. Par exemple, ici c'est Colishop. Je ne pense pas que dans ce cas-là, il y ait un but de venir en magasin car c'est toujours dans des colis, on va chez Colruyt et on vient chercher. Après, oui on peut faire ses courses chez Colruyt mais je crois que ce n'est pas aussi fort que Pimkie, par exemple, qui encourage à venir chercher son colis en magasin pour faire un tour dans le magasin. Sur Internet, il y a aussi la possibilité de voir si le produit est disponible en magasin. Encore une fois comme ça on sait directement et on se rend directement en magasin. C'est aussi pour faciliter la vie du client. Ici (« Prolongez le shopping à domicile »), ça nous dit encourage à continuer le shopping chez nous, sur Internet.

Moi : Comment catégoriserez-vous ces publicités en deux tas bien précis en fonction d'un critère que vous déterminez et de la discussion que nous avons eue ?

Répondant : Il y a des publicités qui encouragent à aller sur Internet et d'autres à aller en magasin comme je l'ai dit. Le concours pour gagner l'appartement nous dit « Rendez-vous dans notre hypermarché Carrefour » car il nous encourage à aller en magasin alors qu'on est sur Internet. C'est encore pour encourager à aller en magasin car ils pourraient tout simplement faire l'inscription sur Internet mais dans ce cas-ci ils ne le font car ils veulent que

les clients passent en magasin pour aller acheter dans le magasin. Et ça c'est plutôt Internet. Colishop, je mettrais entre les deux car c'est un achat un peu différent, c'est de l'alimentaire.

Moi : Et vous que pensez-vous de ça ? D'envoyer d'Internet au magasin et du magasin sur Internet ?

Répondant : Je crois que c'est intelligent au niveau marketing. Par exemple, encourager la livraison en magasin c'est intelligent pour les commerciaux car le client va venir dans le magasin, va être bien reçu. Souvent le client aura la livraison en magasin donc il va être content d'aller chercher sa commande. Vu qu'il sera content, il va peut-être faire un tour dans le magasin et donc je pense que c'est que du plus pour le commerce. Pour les consommateurs, c'est vrai que je ne sais pas si ça leur convient vraiment ou pas. Je pense que c'est clairement un plus pour les commerciaux en tout cas.

Moi : Vous pensez que c'est quoi le but des commerciaux ?

Répondant : Leur but c'est clairement que le client passe la porte du magasin et voit les produits que le magasin vend et soit tenté par tout ça, en espérant qu'il ne reparte pas seulement avec son colis mais aussi avec quelque chose d'autre du magasin.

Moi : Quand la marque va renvoyer plus du magasin vers Internet, vous pensez que c'est quoi le but dans ce cas-là ?

Répondant : Dans ce cas-là, je pense que c'est pas mal aussi pour connaître les coordonnées de pas mal de personnes pour faire encore plus de publicités, pour envoyer la newsletter et des publicités. Je pense que c'est pas mal car plus des gens s'inscrivent, plus ils ont des coordonnées, plus ils peuvent faire de la publicité partout. Ça je crois que c'est clairement un plus pour eux.

Moi : Dans quel but à votre avis ?

Répondant : Dans le but de faire de la vente encore. Dans le but de vendre, dans un but marketing. En tout cas, c'est ce que je pense.

Moi : Les marques/enseignes communiquent autour de leurs produits via différentes choses. Quel rôle va jouer la communication d'une marque/enseigne sur le canal que le consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : Je ne comprends pas vraiment la question.

Moi : Les enseignes communiquent de différentes manières. Vous, comment une marque, une enseigne va vous toucher en communiquant ?

Répondant : Personnellement, toutes les affiches qu'on voit dans la rue, les grands panneaux publicitaires sur les arrêts de bus, ... ça ne me touche pas ou peut-être inconsciemment. Peut-être que le fait de voir ça me touche mais je ne vais pas regarder une pub en me disant que je vais directement aller en magasin acheter ce que je vois sur la publicité. Par contre, je crois que ça a plus tendance à me toucher sur Internet, par exemple sur Facebook. L'autre jour j'ai été voir un vol pour Lisbonne et deux secondes plus tard, à côté de ma page Facebook, j'avais « vol pour Lisbonne à 25€ ». Ça je sais que c'est souvent de la publicité mensongère car c'est à partir de 25€ et au final quand je vais sur le site ce n'est pas du tout le cas. J'aurai plus tendance à cliquer car c'est plus rapide. Quand tu vois des panneaux publicitaires en rue, tu dois aller dans le magasin et donc c'est plus compliqué. Ou alors, tu peux rentrer chez toi et aller voir sur Internet, mais ça ça ne m'arrive jamais. Par contre quand je suis sur Facebook et que je vois toutes les pubs à côté, même si je trouve ça un peu salace parce qu'au final je crois que ce n'est pas vraiment le but de Facebook, mes yeux sont quand même attirés par ces publicités-là. Et donc, j'ai plutôt tendance à être attirée par les publicités sur Internet. En un clic on voit les informations qu'on cherche et donc ça va mille fois plus vite pour moi. Alors que dans la vraie vie, tous les panneaux publicitaires m'attirent beaucoup moins.

Moi : Que pensez-vous de la publicité sur les réseaux sociaux du coup ?

Répondant : C'est quelque chose que j'apprécie de manière générale. Mais pas toutes les publicités. Il y en a qui me font beaucoup rire car je vais voir un truc vraiment ridicule sur Internet et après pendant trois semaines sur ma page Facebook j'ai des pubs de ça à côté de ma page et je trouve ça un peu inutile. Mais parfois il y a quand même pas mal de trucs où je suis intéressée et donc je vais voir car ils savent bien que je suis intéressée par ça et ils vont mettre des publicités en fonction de ça.

Moi : Par exemple, des enseignes qui vont communiquer sur leur page Facebook, que pensez-vous de cela ? Quelle est votre attitude avec les enseignes sur Facebook ?

Répondant : Je ne suis pas beaucoup de marques sur Facebook, peut-être une ou deux grand maximum. Je suis pas mal de personnalités et je suis plus attirée par les vêtements qu'elles

portent et là, j'irai voir les marques en fonction des vêtements que j'aime bien sur les personnes. Mais je ne suis pas de marques en particulier. Encore une fois, c'est plus sur les personnes que je regarde les trucs que j'aime bien.

Moi : Et la manière dont une marque va communiquer vers vous, est-ce que ça pourrait vous influencer à aller plutôt en magasin ou plutôt sur Internet, à changer de canal ? Pensez-vous que la manière dont une marque va communiquer ça va pouvoir faire changer d'avis une personne par rapport au choix du canal d'achat ?

Répondant : Personnellement, je ne me pense. Pas en ce qui me concerne en tout cas. Je ne pense pas que ça ait vraiment d'influence. Peu importe la façon dont la marque communique, je sais que s'il y a un truc que j'aime bien, quelle que soit la marque, j'irai le chercher. Et s'il y a une autre marque qui me propose un autre truc et que je ne suis pas intéressée, je n'irai d'office pas. Donc non, je ne suis pas vraiment influencée par la manière dont communiquent les marques envers moi.

Moi : Et en général, pensez-vous qu'une personne pourrait être influencée et décider d'aller en magasin plutôt qu'en magasin, de changer de canal ?

Répondant : Je pense que ça peut influencer pas mal de gens. Je pense plus à des gens qui ont le temps, à des personnes âgées qui sont souvent un peu sur leurs sous et qui sont à l'affût de toutes les promotions. Je ne suis pas sûr que ça change grand-chose au final mis à part pour les supermarchés pour la nourriture, ça d'office. Mais pour les vêtements, j'aurais tendance à dire que les gens sont moins influençables. Par contre, tout ce qui est nourriture, chez Carrefour où je travaille par exemple, il pourra y avoir 100 personnes dans le magasin en une heure parce qu'il y a une promotion. Dans l'alimentaire je crois que ça a plus d'influence que pour les vêtements.

Moi : Et que pensez-vous des promotions ?

Répondant : Je pense que c'est un bon moyen car ça rameutera toujours des gens même si ce n'est pas énormément de gens. En vrai, je ne sais pas si c'est bon moyen de rameuter des gens. Pour l'alimentaire, je pense que ça rameute énormément de gens. Pour le prêt à porter, je pense un peu moins car les gens n'ont pas toujours besoin. Je crois que c'est un bon moyen mais il y a peut-être des meilleurs moyens que ça.

Moi : Avez-vous des idées de moyens de communication ?

Répondant : Je crois que les publicités par les réseaux sociaux ça marche vraiment bien. Quand il y en a un qui aime une page, une autre personne voit ça et va aussi voir sur la page et donc ça se transmet hyper vite. Je crois vraiment qu'Internet influence beaucoup plus que la vie réelle, que les panneaux publicitaires, que les appels téléphoniques. Je pense que ces derniers n'influencent plus tant que ça au final car maintenant on est tout le temps connecté sur nos ordi et donc qu'Internet est un des meilleurs moyens publicitaires qui existe aujourd'hui. Je vois Internet comme un bon moyen publicitaire et comme un moyen de vendre des petits biens, des clics, avec des -20% pour aller à New-York ou -50% sur Zara cette semaine. Des trucs comme ça, ça va nous faire aller sur le site. Ça va nous prendre deux secondes de notre journée d'atterrir sur le site donc d'office qu'on y va. Personnellement, j'irai sur le site et pas en magasin sauf si vraiment j'ai un coup de cœur et que je veux vite le produit, je vais aller en magasin ou je vais commander sur le site. Ça dépend si j'ai le temps ou pas. Je n'irai pas d'office directement en magasin si je vois ça d'abord sur le site et que je sais le faire sur le site.

Moi : D'accord, je vous remercie du temps que vous m'avez consacré.

Entretien de Pierre (60-61 ans)

Moi : Bonjour. Je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des vrais consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration pour réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Il faut répondre simplement comment vous agissez, ce que vous ressentez, ce que vous pensez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous me consacrerez.

Tout d'abord, on va parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Au moins une heure.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière fois que vous êtes allé sur Internet.

Répondant : J'ai été sur Facebook. J'ai regardé mes messages, les messages qu'on m'envoie sur Facebook, les notifications, ... J'ai aussi été sur ma boîte mail voir ce que j'avais reçu comme mails et éliminer ce qui ne m'intéresse pas.

Moi : C'est toujours comme cela que vous surfez ?

Répondant : Oui. Je vais généralement sur Facebook et sur mes boîtes mails. Je dis « mes » car j'en ai quand même trois.

Moi : Sur quel(s) support(s) allez-vous généralement sur Internet ?

Répondant : La plupart du temps c'est sur mon Smartphone.

Moi : Et utilisez-vous d'autres supports ?

Répondant : Un utilisateur portable mais qui est fixe à la maison.

Moi : Pour quoi utilisez-vous plus le téléphone et pour quoi utilisez-vous plus l'ordinateur ?

Répondant : L'ordinateur c'est plus au niveau bancaire par exemple parce que j'ai plus confiance. Je l'utilise aussi pour éliminer mes e-mails car avec le smartphone, c'est beaucoup plus lent. Je m'en sers aussi pour faire du courrier. Mais sinon c'est à peu près tout. Pour les réseaux sociaux, ... je vais plus utiliser le smartphone.

Moi : On va parler maintenant de la recherche d'informations sur un produit. On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique par exemple un téléphone, une télévision. Décrivez-moi un peu comment vous allez agir avant d'acheter votre produit.

Répondant : Généralement, je vais voir sur Internet et je tape un petit peu dans le moteur de recherche les différents magasins qu'il y a dans le coin où je trouverai le produit que je recherche.

Moi : Donc Internet va intervenir dans votre processus d'information ?

Répondant : Oui Internet va très souvent intervenir dans le processus d'information d'un produit.

Moi : Décrivez-moi un peu plus précisément comment vous allez agir sur Internet.

Répondant : Une fois que j'ai trouvé le magasin, je vais peut-être aller voir le produit chez le fabricant ou chez l'importateur. Admettons que c'est pour une télévision. Je vais commencer par regarder « Tiens il me faut une télévision de telle dimension ». Je vais notamment regarder sur Internet ce qu'il y a comme promotions dans les télévisions. Je vais voir notamment chez Carrefour, dans les magasins plus spécialisés comme Erga à Namur pour voir ce qu'ils ont comme produits, comme prix. Puis en fonction du produit qui m'intéresserait, je vais aller voir plus loin comment est le produit, si c'est vraiment celui que je recherche. Et après ça, je vais aller voir en magasin là où j'ai trouvé l'offre la plus intéressante pour le type de produit que je recherche.

Moi : Et où allez-vous acheter votre produit ?

Répondant : Généralement en magasin.

Moi : Si vous deviez acheter un produit un peu moins cher comme un vêtement par exemple, allez-vous agir de la même façon ? Comment cela va-t-il se passer ?

Répondant : Moi vêtements en général je vais en magasin directement. Mais ma femme, par contre, elle achète sur Internet notamment sur Zalando, 3Suisses, La Redoute, des machins comme ça. Elle achète beaucoup de vêtements sur Internet elle mais en magasin aussi. Mais elle va soit acheter sur Internet, soit en magasin mais elle ne va pas commencer à aller voir sur Internet avant d'aller acheter des vêtements en magasin, du moins je ne pense pas.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : La dernière fois c'était pour des chaussures.

Moi : Comment ça s'est passé ?

Répondant : Madame a décidé que j'avais besoin d'une nouvelle paire de chaussures. Du coup, on est allé à Fosses-la-Ville dans un magasin genre Brantano, mais je ne me souviens plus du nom, dans un centre commercial. Elle avait d'autres courses à faire donc on s'est dit qu'on allait aller à un endroit où il y avait aussi un magasin de chaussures. Moi je suis assez rapide pour faire mon choix donc dès que ça me va bien au pied, je prends. L'esthétique, je m'en fous, l'essentiel c'est que je sois bien dans les chaussures. J'ai dû essayer 3 paires et c'était réglé. Je savais qu'il me fallait des chaussures et que je devais repartir avec ça.

Moi : C'est toujours comme cela que vous procédez ?

Répondant : Oui, je sais pourquoi je vais dans le magasin et je n'achète que ça. Je ne ressors qu'avec le produit que je voulais et puis c'est fini. Je ne fais pas du shopping pour faire le tour du magasin comme madame le fait. Par exemple, quand elle va chez Ikea c'est pour faire le tour du magasin puis elle revient avec un coffre plein.

Moi : Par exemple, pour les courses alimentaires, comment allez-vous procéder ?

Répondant : Pour l'alimentaire, généralement c'est chez Colruyt ou chez AD Delhaize mais jamais par Internet.

Moi : Comment vous agissez lorsque vous faites vos courses ?

Répondant : On fait notre liste. On dit il faut ça, ça et ça et en principe on ne rentre pas avec beaucoup plus que ce qu'on avait mis sur la liste. Mais c'est vrai que parfois quand on trompe sur une promotion ou sur quelque chose qu'on avait oublié de mettre sur la liste. Ça peut aussi être quelque chose qui nous plait ou quelque chose qui était en dégustation dans le magasin comme ils le font chez Colruyt, par exemple.

Moi : Imaginons que vous cherchiez un produit particulier, par exemple chez Colruyt, et vous ne le trouvez pas en rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : J'appelle un vendeur. Chez AD Delhaize c'est fréquent car ils changent régulièrement leurs rayons de place. Et là, je fais aussi des courses pour ma maman qui a 90 ans et qui ne sais plus faire ses courses. Elle fait sa liste. Et là, même chose, si je ne trouve pas un truc, j'appelle un vendeur ou une vendeuse et je demande où le produit se trouve. C'est un automatisme pour moi.

Moi : Et pour les vêtements, comment allez-vous agir ?

Répondant : Si je ne trouve pas ma taille, je vais aussi appeler un vendeur ou une vendeuse. Ils sont là pour ça en théorie.

Moi : Avez-vous déjà fait des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel(s) genre(s) de produit(s) ?

Répondant : Notamment une caméra pour ma voiture qui est tombée en panne au bout de 6 mois. J'achète aussi tout ce qui est mises à jour de mon GPS, tout ce qui est logiciels. Les vacances aussi. Je réserve les vacances sur Internet.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : Si je me souviens bien, c'était nos vacances en Irlande. Mon épouse avait fait une demande dans une agence de voyage et a reçu une offre. Puis finalement, on a tout fait nous-mêmes en fonction de l'offre qu'on avait reçu avec les adresses qu'ils avaient donné, ... On a donc tout fait nous-mêmes et on s'est rendu compte que ça nous comptait environ 30% moins cher. On a d'abord été à l'agence puis après avec l'offre de l'agence, on a nous-mêmes organisé notre voyage par Internet.

Moi : Pourquoi avez-vous fait cela ?

Répondant : Pour le prix. On s'est rendu compte que ça coutait à peu près 30% moins cher en réservant nous-mêmes par Internet.

Moi : C'est toujours comme cela que vous agissez lorsque vous allez faire un achat sur Internet ?

Répondant : Généralement je vais toujours aller voir en magasin avant d'acheter sur Internet. Je vais aller en magasin pour me renseigner d'abord sur le prix, le produit.

Moi : Quel est le genre de produit que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : Des logiciels, ça certainement. Ma femme elle c'est les vêtements. Mais au niveau alimentaire rien du tout. Ah si en fait. Les capsules de café Nespresso, on commande toujours par Internet via le site de Nespresso. Après, ça arrive par la poste à la maison.

Moi : Pourquoi commandez-vous ces capsules sur Internet plutôt qu'en magasin ?

Répondant : Parce qu'il n'y a pas de magasin Nespresso à Namur et qu'on en vend pas dans les autres magasins. La marque Nespresso n'est pas vendue ailleurs que dans les magasins Nespresso. C'est par obligation qu'on achète sur Internet. Mais c'est un peu leur principe de vente. En fait, je crois qu'il y a trois magasins Nespresso en Belgique. Il y en a un Bruxelles, un à Liège et le dernier à Bruges je crois. Et là, ils vendent sur place mais ça fait loin pour nous et donc on achète sur Internet un peu par obligation, parce qu'il n'y a pas d'autre solution.

Moi : Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans le fait de vous dire « Je vais faire mes courses sur internet et aller chercher après » ?

Répondant : Parce que je ne sais pas ce qu'on va me préparer comme commande. J'ai peur que la commande ne soit pas tout à fait conforme. C'est comme quand chez Colruyt, il y a la boucherie et qu'on commande 200 grammes d'américain préparé et que finalement on se rend compte qu'il y a 300 grammes dedans. On a donc payé 100 grammes qu'on avait pas envie d'avoir. J'ai peur d'avoir une mauvaise surprise. Quand on va directement en magasin au moins on a ce qu'on veut.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat moyenne sur Internet par mois ?

Répondant : Je dirais une fois par mois environ.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter des produits sur Internet ? Qu'est-ce qui vous plaît ?

Répondant : La rapidité de commande. Il n'y a pas grand-chose qui me plait finalement sur Internet. C'est vrai qu'il y a la rapidité de commande mais on ne sait jamais ce qu'on va recevoir. Le prix souvent avantageux sur Internet est aussi quelque chose qui me plait.

Moi : Donc ça c'est ce qui vous plait moins ?

Répondant : Oui.

Moi : Est-ce qu'il y a d'autres choses qui vous plaisent moins aussi ?

Répondant : C'est toujours l'inquiétude du système de paiement aussi. Je vais payer mais je ne suis pas sûr d'avoir ma marchandise. C'est une question de confiance en fait. Je préfère le magasin en général.

Moi : Qu'aimez-vous dans le fait d'acheter vos produits en magasin alors ?

Répondant : Déjà, il y a le contact avec les gens. Le contact social est quelque chose de très important pour moi. Je suis quelqu'un qui adore le contact avec les gens et même quand je vais en magasin, l'aspect social est quelque chose de très important. Même vis-à-vis de ma banque, c'est vrai que ma banque je m'en sers beaucoup par Internet. Mes paiements tout ça je fais par Internet mais j'aime bien voir Internet de temps en temps. Rencontrer les gens c'est très important pour moi. Et quand je parle de contact social ça vaut autant pour le personnel du magasin (les vendeurs) que pour les autres consommateurs. En effet, je fais mes courses dans des magasins qui sont plus ou moins dans mon quartier où je connais beaucoup et donc j'aime bien y rencontrer des gens que je connais. Souvent, ma femme me dit « T'en as mis un de temps pour faire les courses. T'as rencontré un chien avec un chapeau ? ». Je dis « Oui, j'ai vu untel, j'ai vu untel »

Moi : Et qu'aimez-vous moins dans le fait d'acheter des produits en magasin ? Qu'est-ce qui vous plait moins ?

Répondant : De devoir me déplacer pour y aller. De temps en temps ça me pèse de me dire que je dois aller faire les courses. On doit se retrouver dans la file des caisses, ça c'est beaucoup moins agréable. Même si j'aime beaucoup l'aspect social, le fait qu'il y ait beaucoup de monde, notamment aux caisses, m'embête. Ce qui m'énerve aussi, c'est la dame qui mène ses courses dans son caddie et puis qui commence à chercher dans son sac après sa carte de banque pour payer. Moi quand je vais faire mes courses dans une grande surface, j'ai

toujours ma carte en main avant de passer à la caisse. Et puis je tombe toujours sur la caisse la plus lente ou du moins c'est toujours l'impression que j'ai.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : Surtout en fonction des prix. Je vais choisir des endroits aussi où je suis un peu plus sûr du service après-vente. Si c'est pour notamment du matériel électronique, du matériel électronique, des plus gros achats.

Moi : Choisissez-vous généralement les mêmes enseignes ?

Répondant : Je vais surtout chez Colruyt. Puis je vais aussi chez AD Delhaize pour ma maman car elle veut des produits là-bas. Mais sinon, c'est beaucoup plus Colruyt, Carrefour. Carrefour ils ont quand même plus de variété de choix de produits notamment des télévisions, des ordinateurs, des machins comme ça.

Moi : Pourquoi allez-vous choisir ces enseignes plutôt que des autres ?

Répondant : Pour le prix.

Moi : Et donc les éléments qui vous plaisent dans ces enseignes ?

Répondant : C'est le prix et le service après-vente même si chez Colruyt, il n'y a pas vraiment de service après-vente nécessaire. Chez Carrefour, il y a un service après-vente qui a l'air valable. Je fais confiance à ces enseignes et que j'ai mes habitudes dans ces magasins-là. Mais ça c'est aussi une question de rayon car quand on va dans un magasin à un endroit ou dans un même magasin dans une autre ville, les rayons ne sont pas agencés de la même façon et il faut encore s'y retrouver. Mais je vais généralement dans les magasins les plus proches de chez moi c'est-à-dire le Colruyt de Salzinnes, l'AD Delhaize de Salzinnes et le Carrefour de Jambes. Au niveau grandes surfaces, c'est celles où on va.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec ces enseignes ?

Répondant : Je reçois les publicités dans la boîte aux lettres déjà. Ça en général, on les feuillette au moins. Et si je cherche un produit, je vais aller voir sur Internet dans ces enseignes-là s'ils l'ont. Dans les trois enseignes, j'ai une carte de fidélité. Ils me l'ont proposé et j'ai bien sûr accepté. On a des points avec des bons de 5€ chez Delhaize et chez Carrefour donc c'est avantageux.

Moi : Qu'est-ce qui va faire que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne, par exemple de Carrefour avant ou après avoir été en magasin, avoir acheté un produit ?

Répondant : Avant d'acheter le produit, c'est pour voir s'ils ont le produit spécifique que je suis en train de chercher. C'est un peu logique. Et après, je vais y aller si jamais le produit tombe en panne. Si j'allais pour un produit en magasin que j'avais vu avant sur Internet et que je ne le trouve pas en magasin, j'irai trouver un vendeur. J'irai lui demander où est ce produit, s'il existe encore. J'irai plutôt lui demander à lui de commander le produit plutôt que le faire moi-même. Ça m'arrive encore bien d'aller chez Aldi où ils ont des promotions et si la promotion n'est plus là le jour-même ou le lendemain je fais tout de même remarquer aux vendeurs que c'est un peu court comme temps. Et c'est déjà arrivé dans le Aldi de Malonne qu'ils téléphonent dans les autres Aldi pour voir s'ils avaient encore le produit et m'en mettre un de côté. Après, j'irai le chercher dans l'autre magasin. Quand je veux vraiment un produit, je vais me déplacer pour l'avoir.

Moi : Comment vous décririez-vous en tant que consommateur ?

Répondant : Je dirais que je fais des achats réfléchis en général. Je réfléchis beaucoup quand je dois acheter un produit. Je ne vais pas me jeter sur le premier téléphone qui vient tous les six mois. Je vais faire des recherches avant d'acheter. Juste parfois quand on fait les soldes avec madame, elle va acheter des choses dont elle n'a pas besoin. Elle je dirais que c'est une acheteuse compulsive. Depuis qu'elle est une deuxième fois grand-mère, elle est encore plus dépensière. Elle passe devant un rayon bébé, il n'y a rien à faire, il faut qu'elle achète quelque chose même s'il n'y a pas besoin.

Moi : Et va-t-elle vous pousser à acheter plus ?

Répondant : Non. C'est plus pour elle ou pour les autres qu'elle va acheter mais elle ne va pas m'inciter à acheter. Moi de toute façon je lui dis que je n'ai pas besoin, point c'est tout. Moi j'achète que ce dont j'ai besoin et pas plus, sauf parfois pour l'alimentaire.

Moi : Qu'est-ce qui pourrait vous pousser à utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, ...) lorsque vous allez acheter un produit, lorsque vous allez vous informer ? Pourquoi allez-vous parfois utilisez plusieurs canaux ?

Répondant : Pour voir la disponibilité du produit, voir le prix du produit à gauche et à droite, pour comparer après les différents prix et après avoir regardé tout ça sur Internet, j'irai en

magasin. Souvent je navigue entre les canaux. Ce sera d'abord le magasin. Je vais voir le prix en magasin et comme je ne suis pas un acheteur compulsif je n'achèterai pas directement. Après j'irai peut-être voir sur Internet si ce n'est pas plus intéressant sur Internet. Pour un téléphone que j'ai vu chez Carrefour, je vais peut-être aller voir sur le site d'Eldi s'il n'est pas moins cher, plus intéressant.

Moi : Quand allez-vous regarder sur les différents sites ?

Répondant : Quand je vais rentrer chez moi et que je serai au calme. Je ne suis pas du genre à regarder aux différents prix sur mon smartphone directement au magasin. Je vais vraiment attendre d'être rentré chez moi et regarder dans les autres magasins.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités/informations. Je vais vous laisser les regarder attentivement et signalez-le-moi dès que vous aurez terminé.

Répondant : Je les mets ainsi comme ça j'ai une vue d'ensemble sur tout (le répondant étale les publicités sur la table). Moi les soldes par exemple j'ai horreur de ça. J'ai horreur de faire les soldes mais c'est madame qui veut toujours m'emmener. Colishop je connais mais je n'ai jamais commandé. Ah si, mais en magasin en fait. Je commande en magasin directement et je vais chercher en magasin. Des commandes pour faire un concours, ça je ne fais jamais. Ça, par contre, voir s'il existe quelque chose en magasin quand on va chez Ikea, par exemple, on regarde avant. Voilà je pense que j'ai tout regardé.

Moi : Quel est votre avis en général sur ces publicités ?

Répondant : Il y en a beaucoup qui essaient d'attirer le client avec des concours, avec le retrait en magasin. Je trouve que le retrait gratuit en magasin ce n'est pas quelque chose d'intéressant.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Quand on va chercher quelque chose en magasin, on ne va quand même pas payer notre retrait dans le magasin. Je trouve qu'il n'y a pas de raison qu'on doive payer si on va en magasin. Si on va en magasin, il n'y a pas de raison qu'on nous fasse la publicité comme quoi c'est gratuit si on va chercher le colis au magasin. Pour moi, ça coule de source.

Donc on veut attirer des gens par les concours comme je l'ai dit mais ça, ça ne m'intéresse pas. Gratter et gagner c'est la même chose, ça ne m'intéresse pas non plus. Les soldes je les fais quand j'ai besoin de trouver quelque chose. Je ne vais jamais faire les soldes pour faire les soldes. Il faut que j'aie besoin de quelque chose et je vais me dire que je trouverai peut-être ça aux soldes. On a fait ça notamment pour un nouveau sèche-linge à la maison. Le nôtre commençait à rendre l'âme et donc il fallait le changer. On a attendu la période des soldes et on a quand même eu 40% dessus. Ce n'est pas que je suis près de mes sous mais si je peux économiser un peu d'argent, je ne dis pas non. « Votre voix est importante », de temps en temps je donne mon avis. On nous demande souvent notre adresse e-mail pour envoyer des enquêtes et parfois je les fais, parfois pas. En effet, parfois on nous dit qu'une enquête va durer 5 minutes et 20 minutes après on est encore sur l'ordinateur en train de faire l'enquête. Puis parfois on nous promet 10€ de bons d'achat à gauche, à droite qu'on ne reçoit jamais au final. On sera tiré au sort pour un bon d'achat mais on l'aura pas d'office.

Moi : Quelle est votre réaction à ce genre de publicités ?

Répondant : Rien à faire, il faut bien attirer le client d'une manière ou d'une autre avec des cadeaux par exemple.

Moi : Vous comment vous sentez-vous par rapport à ce genre de publicités ?

Répondant : Je les vois mais ça ne m'interpelle pas à outre mesure. Je ne vais pas acheter parce qu'il y a eu la publicité, parce qu'il y a eu des promesses de bons d'achat. Mais cela ne m'empêche pas de tout de même les regarder.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes utilisaient les publicités pour envoyer leurs clients sur certains canaux (Internet, magasin, ...) ?

Répondant : Je n'ai jamais vraiment regardé s'ils essayaient de faire passer d'un canal à un autre. Mais enfin c'est vrai que quand on regarde les publicités ici, effectivement ils font de la publicité pour qu'on commande. C'est aussi le cas dans les Delhaize et AD Delhaize, Carrefour aussi maintenant où on commande online, on gare notre voiture et on charge notre voiture. Mais comme je l'ai dit tantôt, je ne suis jamais sûre d'avoir ma commande.

Moi : Que pensez-vous de ça ? Quel est votre avis sur ce genre de pratiques ?

Répondant : De nouveau, au niveau rapport social, ce n'est plus très intéressant. On ne voit plus de caissière (parfois jolies d'ailleurs), on ne voit plus de personnel. Mais c'est vrai que si je vais du magasin à Internet j'ai déjà pu voir le personnel en magasin et même si je vais d'Internet au magasin, je verrai toujours du personnel aussi. Le seul intérêt c'est de voir les produits avant d'aller en magasin.

Moi : Pourquoi pensez-vous que les marques font ça ?

Répondant : J'ai l'impression que c'est pour devoir payer moins de personnel. C'est pour gagner plus d'argent et faire toujours plus de profit.

Moi : Par rapport à ce dont nous venons parler, je vais vous demander de faire deux tas en fonction d'un critère bien déterminé. Lisez bien les informations se trouvant sur les publicités.

Répondant : Dire ce que je jette ou ce que je garde c'est ça ?

Moi : Non faites deux tas en fonction d'un critère que vous déterminez mais réfléchissez bien à ce dont nous venons de discuter.

Répondant : Je dois donc faire deux tas avec ce qui me plaît et ce qui ne me plaît pas ?

Moi : Je ne sais pas. Réfléchissez à ce dont nous venons et faites vos deux tas.

Répondant : Là c'est plus Internet. Là pas. Là c'est Internet. Là c'est Internet aussi parce que quand tu achètes des vitamines tu peux gagner une valise. Là c'est un concours où on dit « Rendez-vous dans notre hypermarché Carrefour » donc on nous renvoie en magasin, je vais donc le mettre plutôt là. « Retrait gratuit en magasin », ça je vais le mettre là aussi. Ça aussi c'est en magasin. Par contre tout ça, tout le reste, c'est chipoter sur Internet. Là c'est aussi de l'Internet mais je vais rechercher au magasin même si c'est un gars qui va juste déposer la caisse dans ma voiture (Colishop). On nous envoie d'Internet au magasin ?

Moi : Et donc dites-moi un peu à quoi correspondent vos deux tas ?

Répondant : Il y a un tas où les enseignes envoient d'Internet au magasin et l'autre tas c'est l'inverse, on envoie du magasin vers Internet.

Moi : Que pensez-vous par exemple de celles-ci (New Look, Carrefour), de la publicité sur les réseaux sociaux ?

Répondant : Le fait que les marques communiquent sur les réseaux sociaux ça ne me dérange pas du tout. Je verrai la publicité sur Facebook, je verrai ce que c'est mais ce n'est pas pour autant que je vais cliquer dessus. Toutes les publicités que j'ai sur les réseaux sociaux, je ne prends pas, je ne regarde pas.

Moi : Les marques/enseignes se doivent de communiquer. Quel rôle va jouer, selon vous, la communication d'une enseigne/marque sur le canal (Internet, magasin, mobile) que le consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : La communication c'est évidemment important, c'est même primordial sinon ils ne vendront plus. Ça sert à dire déjà qu'ils existent, dire quels produits ils vendent, quels produits ils vont proposer.

Moi : Par exemple, vous vous dites que vous préférez aller en magasin, comment est-ce qu'une marque/enseigne pourrait communiquer afin de vous faire changer d'avis en vous disant d'aller plutôt sur Internet qu'en magasin ?

Répondant : En fermant ses magasins en disant « Nous fermons notre enseigne mais nous sommes toujours disponibles sur Internet et dorénavant vos trucs seront moins chers vu qu'il y a moins de personnel ». Les promotions seraient peut-être un moyen de me faire aller sur Internet aussi.

Moi : Si on imagine que vous allez en magasin, chez Colruyt par exemple, comment est-ce qu'une enseigne pourra vous envoyer sur Internet ?

Répondant : Le Colruyt de Salzinnes va fermer pour agrandissements et là, par exemple, ils nous ont déjà envoyé la publicité nous disant que nous aurons une réduction si on va dans un autre Colruyt ou si on commande sur Colishop.

Moi : Et qu'allez-vous avoir plus tendance à faire ?

Répondant : Ce n'est pas moi qui fait vraiment toutes les courses. Tout ce qui est courses alimentaires, j'y vais avec madame mais c'est elle qui s'en occupe le plus. Mais à mon avis elle ira plutôt au Colruyt de Jambes ou de Wépion plutôt que sur Colishop. Elle ira toujours dans le magasin.

Moi : Et le fait que l'enseigne Colruyt vous propose des réductions, des pourcentages, qu'est-ce que ça vous fait ?

Répondant : Je trouve ça intéressant. En fait pour eux, le principe c'est qu'ils vont fermer le Colruyt de Salzinnes, un des premiers de Namur, pendant 6 mois ou un an et pour garder leur clientèle ils vont donner une réduction de 5% à tous ceux qui sont habitués de ce magasin-là. On aura une carte pour aller soit à Wépion, soit à Jambes, je ne sais pas où il y en a d'autres mais je pense que ce sont les seuls qui resteront à Namur. Ils donneront une réduction de 5% si on va dans ces magasins-là et même chose si on va sur Internet. Moi ça me plaît tout ce qui est promotions. Je trouve que c'est une bonne manière de communiquer.

Moi : Aimez-vous que l'enseigne vous parle d'une manière particulière ?

Répondant : Tout ce qui est mailing donnant l'impression d'une communication personnalisée, je trouve ça faux. Peut-être que parfois c'est un peu personnalisé mais en général c'est un mailing et tout le monde reçoit le même mail. Je reçois deux fois par semaine personnellement les publicités de chez Aldi, leur folder par Internet mais au final je me dis que c'est le même pour tout le monde. Et c'est vrai que de temps en temps, il y a un produit qui m'intéresse mais je ne vais pas chez Aldi pour ça.

Moi : Pensez-vous que vous en étant adepte du magasin une enseigne pourrait parvenir à vous faire changer d'avis, de canal et à vous envoyer plus sur Internet qu'en magasin ?

Répondant : Je n'ai pas l'impression. Je suis adepte du magasin et peu importe comment l'enseigne va communiquer. Pour moi, la communication c'est important mais ça ne va pas me toucher à outrance. Je préfère rencontrer les gens et il n'y a pas cet aspect social sur Internet alors qu'on le retrouve en magasin et ça c'est très important pour moi.

Moi : Je vous remercie du temps que vous m'avez consacré.

Entretien de Quentin (19 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Décrivez simplement comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, on va parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : GSM compris ?

Moi : Oui.

Répondant : A peu près une heure par jour, pas plus.

Moi : Décrivez-moi la dernière fois que vous êtes allé sur Internet.

Répondant : C'était il y a deux minutes. Je suis allé regarder les résultats de football pour les matchs qui se sont déroulés aujourd'hui.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous surfez ?

Répondant : Pour ça tous les dimanches. Sinon, tous les jours je vais sur Facebook, Instagram ou encore Snapchat, sur les réseaux sociaux. Je vais aussi rechercher des renseignements comme l'adresse d'un restaurant ou autre.

Moi : Quel(s) support(s) utilisez-vous habituellement pour aller sur Internet ?

Répondant : Généralement sur mon GSM. Sur mon ordinateur, je vais plus pour regarder des films en streaming.

Moi : Pourquoi allez-vous plus utiliser le téléphone plutôt que l'ordinateur ?

Répondant : Parce que l'ordinateur il faut l'allumer et tout ça. Le GSM c'est plus facile, il est à portée de main. Et de plus, l'ordinateur n'est pas à moi.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique, par exemple une télévision ou un GSM. Décrivez-moi un peu comment vous allez vous y prendre.

Répondant : Tout d'abord, je vais aller sur Internet voir l'horaire du magasin où je veux aller. Puis je vais aller en magasin et acheter ce que je veux acheter.

Moi : C'est toujours comme cela que vous allez-faire ?

Répondant : Généralement oui mais je vais quand même prendre des renseignements au préalable quant au prix pour avoir une idée du prix du produit. Et je me renseignerai en magasin pour que le vendeur me donne plus de détails quant au produit.

Moi : Internet intervient donc dans votre processus d'information ?

Répondant : Oui, pour connaître le prix d'un objet et les horaires d'ouverture des magasins.

Moi : Si vous deviez acheter un vêtement, par exemple, agiriez-vous de la même façon ?

Répondant : Non. Les vêtements, c'est au feeling. Je vais au magasin, je ne vais pas sur Internet à part peut-être pour regarder les horaires d'ouverture du magasin. Et concernant les prix, je n'ai jamais une idée en tête du vêtement que je vais acheter donc je vais voir en ville et je regarde les magasins qui me plaisent.

Moi : Où allez-vous aller voir les horaires d'ouverture ?

Répondant : Je mets « horaires + le nom du magasin » sur Google et je prends le premier lien qui apparaît. Je ne vais pas m'amuser à aller sur le site du magasin-même et en plus ce n'est pas toujours indiqué, notamment pour les grandes chaînes.

Moi : Décrivez-moi un peu votre dernier shopping en magasin.

Répondant : C'était à Amsterdam. J'étais en voyage avec ma compagne. On a fait les magasins parce qu'il y a beaucoup de magasins à Amsterdam et beaucoup de belles choses donc je me suis fait plaisir et elle aussi.

Moi : Comment avez-vous procédé là-bas ?

Répondant : On visitait, on se promenait et on voyait les magasins qui étaient ouverts. On rentrait dans les magasins et on regardait s'il y avait des choses qui nous plaisaient.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous procédez ? Quand vous allez dans une autre ville faire les magasins c'est toujours comme ça que vous agissez ?

Répondant : Je ne me renseigne pas sur le type de vêtements qu'il y a dans le magasin. Je me promène et je regarde les magasins qui sont susceptibles de me procurer ce que je veux. En général, je vais en magasin parce qu'il me manque quelque chose. Par exemple ici, je sais que dans un mois maximum, je vais aller en magasin parce que je sais qu'il me faut des t-shirts pour l'été. Je vais toujours faire les magasins en sachant un peu les choses dont j'ai besoin mais il m'arrive parfois de voir des belles choses et donc je craque. Par exemple je vais faire les magasins pour des t-shirts et je vois un beau pantalon, il est possible que je craque et que j'achète le pantalon.

Moi : On va imaginer que vous cherchiez un produit particulier, par exemple des t-shirts, en magasin mais vous ne le trouvez pas en rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais changer de magasin.

Moi : Vous allez changer de magasin ?

Répondant : S'il n'y a pas ce que je veux dans le magasin oui.

Moi : Mais si vous chercher un produit bien précis dans le magasin, par exemple un t-shirt que vous aviez vu la veille, qu'allez-vous faire si vous ne le trouvez pas ?

Répondant : A ce moment-là, je vais m'adresser à un vendeur et lui demander s'il y en a encore en stock. Puis je verrai s'il y en a encore stock. Si ce n'est pas le cas, je vais lui demander s'il va en recommander, s'il est possible d'en réserver un. Mais je ne vais pas être du genre à aller regarder pour acheter le produit sur le site de l'enseigne. Ça ne m'est jamais arrivé.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Une fois.

Moi : Pour quoi comme produit ?

Répondant : Pour un jeu PlayStation qu'il n'y avait pas dans les magasins à proximité de chez moi donc je me suis rendu sur le site Amazon. J'ai été voir sur Amazon s'il était dessus parce

qu'ils vendent beaucoup de choses. J'ai vu qu'il était dessus et donc j'ai demandé la carte Visa ou MasterCard de mon beau-père et j'ai acheté le jeu.

Moi : Et c'est le seul produit que vous avez acheté ?

Répondant : C'est le seul produit que j'ai acheté sur Internet. Je n'ai jamais rien acheté d'autre.

Moi : Et même des services ?

Répondant : Non jamais.

Moi : Comment vous vous y prenez lorsque vous allez en voyage par exemple ?

Répondant : ça ne m'est jamais arrivé de commander moi-même des voyages soit c'est mes parents qui le font, soit c'est ma compagne. Quand c'est pour des voyages j'ai recours à quelqu'un d'autre, pour le moment en tout cas. Mais peut-être que ça m'arrivera à l'avenir d'aller sur un site de voyage pour réserver un voyage.

Moi : Et qu'est-ce que vous n'aimez pas dans le fait d'acheter sur Internet ?

Répondant : Je n'aime pas le fait de payer et d'attendre un laps de temps pour que le produit arrive. Je préfère payer et avoir directement le produit en mains. J'ai plus confiance dans les magasins même si des fois les sites sont fiables. Je vais avoir moins confiance sur Internet qu'en magasin.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que j'aime bien avoir mon produit directement après avoir payé. J'ai peur que le produit ne corresponde pas à ce que je veux. Par exemple, si je veux acheter un t-shirt, je n'aurai pas su l'essayer et donc on ne sait jamais qu'il soit trop large ou qu'il serre un peu trop. Même si je sais que dans beaucoup d'enseignes on peut commander, essayer les vêtements et renvoyer après si ça ne nous convient pas. Mais je trouve que c'est trop de manœuvres et que ça prend trop de temps. Je préfère vraiment essayer mon produit en magasin, l'acheter et avoir mon produit directement.

Moi : Et il y a-t-il tout de même des choses qui vous plaisent tout de même dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : ça nous évite de nous déplacer en magasin. Par exemple, s'il n'y a pas le produit que je veux dans ma région, c'est plus facile et plus efficace de commander sur Internet plutôt que d'aller dans un autre pays, en Flandres, loin de chez nous. C'est quelque chose qui pourrait me pousser à commander sur Internet comme ça a été le cas avec le jeu vidéo que j'ai acheté sur Amazon. Mais si c'est pour un vêtement, je veux être sûr de pouvoir l'essayer et de pouvoir le renvoyer après. Si je ne peux pas l'essayer, puis le renvoyer, je n'achète pas en ligne.

Moi : Qu'est-ce que vous aimez dans le fait d'acheter des produits en magasin plutôt ?

Répondant : C'est plus humain. On a un contact humain avec les vendeurs et tout ça. Je peux essayer sur place et si ça ne me convient pas, tant pis, je regarde les autres produits ou je vais dans un autre magasin. Y aller tout seul c'est un peu ennuyant mais si on y va à plusieurs, par exemple avec ma compagne, c'est assez plaisant. Ça change de rester chez soi et de regarder à deux sur un site Internet pour un vêtement.

Moi : Et si ce n'est pas pour un vêtement, si c'est pour un voyage par exemple, où iriez-vous plutôt vous réserver, pour avoir des informations ?

Répondant : A ce moment-là, j'irai plutôt sur Internet car les agences de voyage ce n'est pas trop mon truc. Je ne sais pas pourquoi mais j'irai plutôt sur un site, fiable déjà, et je regarderai tous les choix. Je n'ai pas envie d'aller dans une agence de voyage et qu'on commence à tout m'expliquer, les avantages, ... J'oublie vite ce qu'on me dit donc si on me dit des avantages, des défauts d'un voyage, je vais les oublier deux minutes après et donc je préfère aller sur un site Internet comme ça je peux les relire à mon aise plutôt qu'ennuyer des gens.

Moi : Mais vous disiez quand même que l'aspect social vous plaisait dans les magasins ?

Répondant : Oui c'est vrai mais à ce moment-là pas trop parce que je n'aime pas trop qu'on me donne trop d'explications. Pour des voyages, je préfère regarder à mon aise chez moi.

Moi : Quand vous parlez d'aspect social en magasin, qu'est-ce qui vous plaît exactement ?

Répondant : Le fait de pouvoir discuter avec les vendeurs, avec le personnel du magasin. Ils peuvent nous expliquer, par exemple, comment laver les produits, comment les entretenir, ... Ils peuvent nous donner des conseils qu'on n'aura pas nécessairement sur Internet.

Moi : Qu'est-ce que vous n'aimez pas ou moins dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : S'il y a du monde c'est un peu ennuyant parce qu'on doit attendre à la caisse, aux cabines. Le fait de se déplacer même si ça ne me dérange pas trop en général sauf si c'est vraiment loin de chez moi.

Moi : Donc vous diriez que faire les magasins c'est quelque chose qui plaît généralement ?

Répondant : Oui mais pas tout seul. Je préfère toujours y aller accompagné.

Moi : Comment allez-vous choisir l'enseigne où vous allez acheter vos produits ?

Répondant : ça c'est plus au feeling on va dire ou alors par des échos que j'ai pu avoir. Par exemple, si un ami va me dire qu'il a trouvé des belles choses dans un tel magasin, je vais aller voir. Je vais écouter l'avis des autres personnes mais uniquement des personnes que je connais, plutôt des amis à moi qui ont les mêmes goûts vestimentaires que moi. Je ne vais pas aller regarder les avis des autres consommateurs sur Internet parce que je ne sais pas s'ils ont les mêmes goûts que moi. Si ça tombe ils vont dire que les produits d'une marque ne sont pas terribles alors que moi j'aimerais bien, tout dépend des goûts des personnes et généralement je connais ceux de mes amis.

Moi : Et choisissez-vous généralement les mêmes enseignes ?

Répondant : Oui, je choisis souvent les mêmes enseignes.

Moi : Lesquelles par exemple ?

Répondant : Jules, Jack&Jones. À l'esplanade à Louvain-la-Neuve il y a pas mal de magasins chouettes comme H&M par exemple.

Moi : Pourquoi ces enseignes-là plutôt que des autres ?

Répondant : Souvent, je vais à Louvain-la-Neuve parce qu'il y a plusieurs magasins regroupés dans un centre commercial. C'est plus facile pour les déplacements, on peut y aller à pied, on peut faire plusieurs magasins et passer son temps. Je dis centre commercial mais ça vaut aussi pour les rues commerçantes rassemblant beaucoup de magasins. Par exemple, à Namur ça ne me dérange pas de faire les magasins dans la rue de Fer.

Moi : Vous parlez de Jack&Jones, Jules et tout ça, qu'est-ce qui vous plait dans ces marques ?

Répondant : Le style de vêtements. C'est plutôt classique. C'est plutôt mon style de vêtements. Je vais là parce que je sais que les vêtements m'iront et que ça me plait.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne, par exemple Jules, H&M ?

Répondant : Ce n'est pas quelque chose que je fais beaucoup. Je fais beaucoup au feeling, je vais voir s'il y a des trucs qui me plaisent. Par exemple, je ne vais jamais regarder les promotions que je reçois que ce soit sur Internet ou dans des catalogues. Je reçois mais je ne regarde pas. Par contre, dans les magasins où je vais souvent, par exemple chez Jules, j'ai une carte de fidélité parce qu'ils font pas mal de promotions au fil des achats. J'ai dû donner mes coordonnées pour avoir cette carte de fidélité et donc je reçois des mails de Jules mais je ne les lis pas pour autant, même si j'ai la carte de fidélité. La carte de fidélité c'est juste que quand on achète plusieurs articles, ils font souvent des ristournes sur les articles qu'on achète pas après.

Moi : Et comment êtes-vous au courant des promotions spéciales qu'ils pourraient faire alors ?

Répondant : Je ne suis pas au courant. C'est vraiment au feeling que j'irai dans le magasin et pas pour les promotions qu'il fait.

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne, par exemple de Jules, avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : ça ne m'est jamais arrivé d'aller sur le site Internet d'une enseigne que ce soit avant ou après la visite en magasin. Je ne vais pas être du genre à regarder les produits avant d'aller en magasin par exemple. Comme je l'ai dit, je fonctionne vraiment au feeling.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Je ne sais pas, ça ne me vient pas à l'idée. Je préfère aller voir directement en magasin et s'il y a des trucs qui me plaisent, si non, tant pis. Généralement je sais que les magasins dans lesquels je vais proposent des vêtements qui sont dans mon style donc je ne vais pas aller voir les produits qu'ils proposent sur Internet.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Je vais être du genre à réfléchir quand je fais des achats, je vais comparer. Je vais faire des achats au coup de cœur. S'il y a vraiment quelque chose qui me plaît, je l'achèterai mais tout dépend le prix évidemment. Si je vois un beau t-shirt mais qu'il est à 50€, je ne vais pas le prendre même s'il me plaît énormément. Je vais faire attention au prix, c'est quelque chose de quand même important pour moi. Je vais plutôt faire des achats dont j'ai vraiment besoin même si ça m'arrive de temps en temps, pas souvent, d'acheter des choses dont je n'ai pas besoin mais que je vois en magasin. Par exemple un pantalon, même si j'en ai plusieurs, s'il me plaît vraiment je le prendrai mais à condition toujours que le prix ne soit pas exorbitant.

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous pourriez utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, mobile) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Sur Internet je vais aller voir s'ils ont encore le produit en stock. Puis j'irai en magasin pour l'essayer et pour l'acheter s'il me convient. J'irai plus sur Internet pour m'informer et au final après j'irai toujours vers le magasin pour acheter mon produit.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités/informations. Je vous laisse les regarder et n'hésitez pas à me faire signe dès que vous avez signé. Faites attention que certaines informations sont recto-verso.

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces publicités dans leur globalité.

Répondant : Dans leur ensemble ce sont des choses qui pourraient nous faire économiser de l'argent comme des promotions. Par exemple la livraison gratuite en magasin c'est quelque chose qui nous fait économiser les frais de port. On parle souvent des avantages qu'on a à acheter en ligne.

Moi : Qu'est-ce que vous pensez de ces publicités ? Comment vous réagissez face à ces publicités quand vous y êtes confrontés ?

Répondant : Souvent je regarde quand même mais je ne vais pas m'en servir. Je les regarde puis après, je les jette.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients sur un canal bien particulier ? (Vers Internet, vers le magasin)

Répondant : Pas spécialement à vrai dire. Mais en regardant les publicités c'est vrai qu'on voit que certaines enseignes le font. Ici, on nous propose d'aller sur place (en magasin) alors qu'on est sur Internet. On nous envoie d'Internet vers le magasin. Là, ils nous proposent d'aller en ligne pour du shopping à domicile. J'imagine que c'est quelque chose qu'on a reçu en magasin et qui essaie de nous envoyer sur Internet pour continuer notre shopping.

Moi : Qu'est-ce que vous pensez de ce genre de pratiques, du fait de renvoyer d'un canal à un autre ?

Répondant : C'est proposer une option aux clients. Le client peut décider lui-même de la prendre ou pas. Je ne trouve pas ça nul, c'est plutôt positif même.

Moi : Pourquoi pensez-vous que les enseignes essaient de renvoyer leurs clients d'un canal vers un autre ?

Répondant : Pour que les clients consomment plus peut-être. Par exemple, ici ils disent d'aller chez Carrefour. Donc l'acheteur a peut-être commandé deux-trois trucs puis il voit la pub qui lui dit d'aller en magasin et peut-être qu'en allant en magasin il va voir deux-trois petites choses et les acheter. Il va acheter plus et consommer plus du coup.

Moi : Ici par exemple on est sur les réseaux sociaux. Que pensez-vous de faire de la publicité sur les réseaux sociaux plutôt que le site Internet de l'enseigne par exemple ?

Répondant : Je trouve ça intelligent de faire de la publicité sur les réseaux sociaux parce que de nos jours les personnes en général vont beaucoup sur les réseaux sociaux et ils vont donc forcément voir la publicité. Ils verront les promotions par exemple.

Moi : Et vous qui n'avez pas tendance à aller sur le site Internet d'une enseigne, quel impact va avoir la publicité sur les réseaux sociaux pour vous ?

Répondant : ça va plus me toucher que les sites internet des marques. Mais je ne suis pas du genre à suivre les pages Facebook des marques. Je vais dire que ça va plus me toucher au niveau des sentiments. Sur les réseaux sociaux, je la verrai d'office alors que je ne l'aurais peut-être jamais vue vu que je ne vais pas sur les sites Internet. Mais je vais quand même

avoir tendance à la passer. Mais c'est ma personnalité je pense. Peut-être que d'autres personnes vont regarder la publicité et se dire « Oh, c'est chouette, je peux aller en magasin ». Je pense que c'est ma personnalité. La publicité ne va pas avoir plus d'influence sur moi parce que c'est sur les réseaux sociaux mais je pense que pour d'autres personnes oui.

Moi : Pourriez-vous faire deux tas avec ces publicités/informations en fonction de ce dont on a parlé, d'un critère que vous déterminez ?

Répondant : Je vais essayer. Livraison gratuite en magasin donc on commande quelque chose et il arrive en magasin et au moins on est sûr de l'avoir et c'est gratuit si on le fait livrer en magasin plutôt que chez nous. Mais bon on doit quand même se déplacer et payer les kilomètres ?

Moi : A votre avis pourquoi les marques proposent de se faire livrer gratuitement en magasin ?

Répondant : Pour nous inciter à la consommation. J'imagine que certaines personnes en allant chercher leur colis feront peut-être un tour dans le magasin et achèteront quelque chose en plus.

Moi : Vous êtes perdus ?

Répondant : Un petit peu.

Moi : Réfléchissez à ce dont on a parlé avant avec les différents canaux, à ce que les enseignes font et faites vos tas en fonction. Partez peut-être des deux publicités dont vous parliez tantôt.

Répondant : Voilà.

Moi : Expliquez-moi un peu les deux tas que vous avez fait.

Répondant : Ici c'est plutôt des enseignes qui renvoient en magasin et l'autre c'est plutôt les achats en ligne, ils ne proposent pas nécessairement de retourner en magasin. Supradyn voyage entre les canaux par exemple. On reçoit le papier en magasin, puis on doit aller mettre le code sur Internet et après on doit retourner en magasin chercher les valises si on a gagné. On nous fait voyager entre les différents canaux de l'enseigne. Donc le premier tas on est sur Internet et on nous renvoie en magasin et l'autre, ça nous renvoie plutôt du magasin vers

Internet. Bershka nous propose, par exemple, de regarder sur Internet si un produit est disponible dans un magasin de notre choix dans notre taille pour ensuite retourner le chercher en magasin. Si on cherche si le produit est disponible en magasin c'est qu'on veut acheter directement le produit en magasin sinon on le commanderait sur Internet. Dans ce cas-ci, on nous renvoie d'Internet vers le magasin.

Moi : C'est quelque chose que vous faites personnellement ?

Répondant : Non ce n'est pas quelque chose que j'ai l'habitude de faire. Je ne vais pas aller voir avant d'aller en magasin si un produit est disponible vu que je fonctionne vraiment au feeling.

Moi : Par exemple, vous cherchez un produit particulier, vous n'aimez pas les achats sur Internet et vous regardez si c'est proche d'un magasin près de chez vous. Qu'allez-vous faire par la suite si vous le trouvez ?

Répondant : Je vais aller le chercher en magasin et pas commander sur Internet vu que j'ai une préférence pour les magasins.

Moi : Qu'est-ce que le retrait offline à votre avis ?

Répondant : ça permet de commander en ligne mais d'aller chercher le produit dans un magasin proche de chez nous. Colruyt nous propose de faire les courses sur Internet et de pouvoir aller chercher notre commande au Colruyt près de chez nous. Par exemple, je sais que ma maman fait ça avec Zalando. Ils envoient les colis à l'Intermarché (dans un point kiala), à l'accueil du magasin. Je pense à ce qu'on disait tantôt parce que c'est vrai qu'elle est obligée de rentrer dans le magasin et donc elle va peut-être aller faire ses courses là-bas finalement parfois.

Moi : Zalando c'est encore un cas différent car il n'y a pas de magasin fixe Zalando correspondant au site Internet. Mais c'est vrai qu'ils renvoient vers un autre magasin, vers les points kiala avec qui ils sont en collaboration.

Répondant : ça aura peut-être un effet bénéfique pour les autres magasins. Peut-être aussi que les magasins versent un pourcentage à ces sites comme Zalando.

Moi : Je ne sais pas du tout, peut-être.

Répondant : C'est une supposition.

Moi : Et donc si vous deviez résumer vos deux tas ?

Répondant : Celui-ci c'est tout ce qui est en ligne mais qui renvoie en magasin et celui-là c'est tout ce qu'on reçoit en magasin et qui va nous envoyer en ligne.

Moi : Vous savez qu'une marque, qu'une enseigne se doit de communiquer. Selon vous, quel rôle va jouer la communication d'une enseigne sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ? Vous qui n'aimez-pas acheter sur Internet, par exemple, comment une enseigne pourrait vous pousser à aller sur Internet plutôt qu'en magasin ? En communiquant de quelle manière ?

Répondant : Si les vendeurs me disent qu'il y a vraiment des gros avantages à aller sur le site. Mais même s'ils me disent « Allez sur le site, il y a plus de choix », je ne pense pas que j'irais. Si l'enseigne me propose des énormes promotions sur Internet, j'irai peut-être jeter un coup d'œil mais pour que j'achète, il faut qu'il y ait une certaine différence de prix entre Internet et le magasin. Il faut qu'il y ait un gros avantage pour commander sur Internet. Si c'est une différence de 1 ou 2€, j'irai en magasin d'office. Il faut qu'il y ait vraiment une grosse différence de prix mais ça arrive rarement à mon avis. Mais communiquer sur les prix ça peut être quelque chose qui pourrait m'influencer.

Moi : Autre chose ?

Répondant : Si je vois une affiche avec « Gagnez un appartement pour un an », peut-être que j'irai sur le site pour jouer. On ne sait jamais, qui ne tente rien n'a rien. Les concours c'est quelque chose qui peut me tenter. Je trouve que c'est une belle offre et donc pour ça, j'irai peut-être sur le site Internet de la marque pour tenter de gagner quelque chose.

Moi : Qu'est-ce qui va plus vous inciter à rester en magasin ?

Répondant : La manière dont les vendeurs vont communiquer avec nous et autour de leurs produits. Le fait d'être en magasin moi-même et de pouvoir jeter un coup d'œil à tout. Le fait de pouvoir toucher, essayer. Mais de manière générale, je suis quelqu'un qui aime aller en magasin et non sur Internet. Donc peu importe la manière avec laquelle la marque va communiquer avec moi, j'écouterai mais je resterai sur mes positions et je continuerai d'aller

en magasin plutôt que sur Internet. Je vais me conforter dans l'idée que le magasin c'est ce que je préfère et qu'Internet ce n'est pas quelque chose qui me botte pour les achats.

Moi : Merci beaucoup pour vos réponses !

Entretien de Candy (34 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'études, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration pour pouvoir réaliser ce travail qui va viser à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Vous devez simplement décrire comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous environ par jour sur Internet ?

Répondant : Ce n'est pas en continu mais je dirais une à deux heures par petits coups, pas à la suite.

Moi : Décrivez-moi la dernière fois que vous êtes allée sur Internet ?

Répondant : C'était ce matin. J'ai recherché des images pour un de mes enfants qui en avait besoin pour l'école. Après, j'ai regardé pour un numéro de téléphone pour un papier important. Et après tout ça, j'ai été un peu sur Facebook.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous surfez généralement ?

Répondant : Oui je regarde sur Internet quand j'ai besoin de quelque chose et pour les loisirs comme les réseaux sociaux je dirais. J'utilise beaucoup Internet pour faire des recherches essentiellement. Je fais mes recherches sur Google.

Moi : Sur quel support allez-vous généralement ?

Répondant : J'utilise beaucoup mon GSM parce que mon ordinateur est en panne pour le moment. Mais sinon, en temps normal, j'utilise l'ordinateur. C'est vraiment parce que l'ordinateur est en panne même si j'utilise aussi le GSM évidemment mais moins.

Moi : Pourquoi allez-vous parfois utiliser plus le GSM ?

Répondant : Parce qu'il est plus souvent avec moi que mon PC. Quand je suis en route, j'ai mon GSM avec moi et pas mon ordinateur par exemple. Partout où je vais j'ai mon GSM.

Mais quand j'ai l'ordinateur à portée de mains, à la maison par exemple, je vais utiliser l'ordinateur.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique, par exemple une télévision, un GSM, décrivez-moi un peu ce que vous allez faire. Comment ça va se dérouler lorsque vous devez acheter un produit avec une certaine valeur ?

Répondant : En étant obligée de le faire par Internet ?

Moi : Non pas nécessairement.

Répondant : Tout ce qui est électro-ménager, GSM et appareils assez importants au niveau de la maison, je vais en magasin directement. Je vais quand même demander autour de moi si quelqu'un connaît des bonnes marques mais après je me rends en magasin, je préfère. Ça m'est déjà arrivé d'aller voir des promotions sur Internet ou si je vois des pubs, je vais cliquer dessus et regarder la promotion en question mais je ne suis jamais passée à l'acte. Mais par contre ça va m'arriver d'aller voir sur Internet avant d'aller en magasin.

Moi : Internet va donc intervenir dans votre processus d'information sur un produit ?

Répondant : Oui ça quand même.

Moi : Et si vous deviez acheter, par exemple, un vêtement, agiriez-vous de la même manière ?

Répondant : Non, ça c'est encore différent. Pour des vêtements, ça m'arrive de regarder sur des sites de seconde main donc là je vais plus regarder sur des sites. Puis je vais aussi regarder sur des sites comme Zalando des promotions, des soldes. Pour ce genre de produits, là j'irai sur Internet. Mais ça m'arrive encore d'aller en magasin quand même. Je fais un mix des deux.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : J'étais allée avec Margaux, ma fille, en ville. On est allée en ville et on a acheté deux-trois petites tenues pour elle et pour moi. On a été dans Namur-centre parce qu'il y a un peu toutes les boutiques. Et là on fonctionne en fonction des prix, on regarde en fonction des prix et de ce qu'on aime. Je regarde en fonction de ce qui me plaît mais je ne vais pas faire les magasins en me disant il me faut absolument ça. Mais c'est vrai que parfois si je vois qu'il faut une paire de chaussures, je vais me dire on va en ville pour acheter une paire de

chaussures. Mais pour tout ce qui est vêtements, c'est toujours du hasard. On tombe sur un truc ou l'autre et on se dit on va le prendre et puis voilà, on verra. C'est vraiment en fonction des vêtements sur lesquels on va tomber, au coup de cœur et en fonction des prix.

Moi : C'est toujours comme cela que vous allez faire ?

Répondant : Ah oui vraiment.

Moi : On va imaginer que vous cherchiez, par exemple, une paire de chaussures dans un magasin mais vous ne la trouvez pas en rayon, comment allez-vous agir ?

Répondant : Si je veux absolument cette paire de chaussures, je vais aller voir la vendeuse pour voir s'il n'y a pas moyen de les recommander. Si elle me dit que non, j'irai peut-être voir sur Internet la marque de la chaussure et voir s'il n'y a pas moyen de la commander autre part. Si j'ai vraiment flashé sur un produit, j'irai voir sur Internet.

Moi : Et donc en général auprès de qui allez-vous solliciter de l'aide en magasin ?

Répondant : Aux vendeurs. Je n'hésite pas à demander de l'aide si j'en ai besoin que ce soit pour les vêtements ou pour l'alimentaire. Pour les courses alimentaires généralement ça va quand même parce qu'en général on connaît les rayons. Mais c'est vrai qu'il y a des promotions, des pubs ou des trucs comme ça qui n'y sont plus, là je vais aller vers des vendeurs et je demanderai où le produit se situe et s'il est encore disponible.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel(s) genre(s) de produits ?

Répondant : Une montre, des vêtements, des chaussures.

Moi : Pour qui achetez-vous ces produits ?

Répondant : En général, c'est pour moi sauf la montre que j'ai achetée pour mon compagnon. Mais en général si je prends, c'est pour moi.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier achat que vous avez effectué sur Internet.

Répondant : C'était une montre pour mon compagnon. C'était une promo-flash. J'ai cliqué dessus et j'ai vu la promotion. Là, j'ai choisi le modèle de la montre puis je l'ai commandée et deux après, je l'ai reçue. Mais parfois les commandes Internet ça m'énerve parce que ça prend du temps. On doit attendre, parfois on a fait la commande puis elle s'annule et à ce moment-là, j'abandonne, je ferme la fenêtre et je lâche. Et à ce moment-là, je ne recommande plus, je me dis que je trouverai le produit autrement. Ça, ça m'arrive souvent.

Moi : C'est toujours comme ça que vous allez procéder habituellement ?

Répondant : Oui. Ou l'autre fois bêtement j'avais fait une commande pour les petits sur 3Suisses, je clique et je prépare un panier. Et au final, en arrivant au paiement, je vois qu'ils n'acceptent pas tous les modes de paiement et je me dis tant pis, ce n'est pas grave, je commanderai autrement ou j'irai en ville chercher quelque chose en magasin. Ça m'énerve, je n'ai pas la patience.

Moi : Quel est le genre de produits que vous avez le plus sur Internet ?

Répondant : Je n'achète pas tant que ça sur Internet mais je dirais que ce sont les vêtements que j'achète le plus même en seconde main. Mais je n'achète jamais dans des grands magasins de marque. En alimentaire, je n'achète jamais rien sur Internet par contre. Eventuellement, réserver des vacances aussi. J'ai réservé une fois des vacances jusqu'à maintenant, c'était un city-trip de trois jours.

Moi : Et pour les vacances, vous procédez comment généralement ?

Répondant : Pour les vacances je vais en agence. Pour moi, c'est plus sécurisé.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Le fait d'avoir des références déjà. La personne nous explique comment est l'hôtel, elle va nous dire tel hôtel est bien, il y a ça, ça et ça. Au niveau du paiement de nouveau aussi parce que parfois les sites comme ça ce n'est que par carte Visa et moi je n'ai pas de carte Visa. Question pratique aussi je trouve. Avec Internet, parfois j'ai peur de ne pas recevoir mes billets ou de ne pas recevoir mon colis. Je préfère avoir une personne devant moi une personne qui va me donner des informations claires, que tout soit directement réservé et avoir une confirmation en face à face même si je sais que le prix sera plus élevé en agence.

Moi : Allez-vous tout de même aller voir sur Internet ?

Répondant : Généralement si je vais en agence alors je vais réserver en agence. Je vais peut-être réfléchir un peu mais dans tous les cas, après, je retournerai vers l'agence. Je pourrai éventuellement demander des conseils à la marraine de la petite qui est une habituée de réservations par Internet. Je ne suis pas habituée de ces choses-là donc je préfère avoir des gens devant moi, avoir recours à un professionnel, avoir les papiers en mains propres. Tout ça pour des raisons de sécurité et qu'Internet ce n'est pas toujours sécurisé.

Moi : Quelle est votre fréquence d'achat moyenne par mois ?

Répondant : Je dirais une fois par mois environ. Je ne suis pas une grande adepte des achats sur Internet. Ça arrive de temps en temps quand je vois un truc qui me plaît. Dernièrement, vu que je viens de déménager, on avait vu une table et des chaises sur un site, on avait commandé et de nouveau, on est sans réponse. On attend des nouvelles pour voir si la commande est bien enregistrée. Mais heureusement on n'a pas encore payé. On attend de voir si la table et les chaises sont toujours disponibles. On n'a toujours pas de réponse et ça m'énerve et donc je sens qu'au final, je vais me retrouver en magasin pour acheter là-bas.

Moi : Et qu'aimez-vous tout de même dans le fait de pouvoir acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Ce qui est gai parfois c'est le fait qu'on a le temps. On est chez soi, on a une heure, on ouvre le PC et on va regarder des vêtements, du mobilier. J'aime bien le fait d'avoir tout en détails, les mesures. Et je peux prendre le temps de regarder à mon aise alors qu'on n'a pas toujours le temps en magasin je trouve. Je trouve que la facilité de paiement c'est oui pour certains trucs mais non pour d'autres. Je ne suis pas une grande fan des achats sur Internet.

Moi : Et donc qu'est-ce que vous n'aimez pas ou qu'est-ce qui vous plaît moins dans le fait de faire des achats sur Internet ?

Répondant : Le fait que des fois ça traîne, le fait que des fois on n'est pas sûr d'avoir ce qu'on veut. Quand on commande des vêtements, parfois la taille ne correspond et il faut soit échanger et dans tous les cas rapporter le colis. Donc au bout du compte est-ce que ça a été beaucoup plus vite que d'aller en magasin ? J'ai des doutes. Je ne pense pas que ce soit un gain de temps. Même si c'est vrai qu'on ne doit pas se déplacer au final, le fait d'aller

renvoyer le colis, ça nous prend le même temps. Je trouve que c'est trompeur Internet. Il y a des magasins où on ne sait pas notre taille, du 42 ça taille du 38. J'ai souvent été déçue à vrai dire des achats que j'ai fait sur Internet. Donc je vais avoir plus tendance à aller plus facilement en magasin.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans le fait d'acheter plutôt en magasin alors ?

Répondant : Le contact social ça c'est clair. C'est important je trouve que ce soit avec les vendeurs, les vendeuses, les autres personnes. Le fait de sortir de chez soi aussi tout simplement parce que je trouve qu'avec Internet on a tendance à se renfermer. Sortir prendre l'air, voir d'autres horizons que l'intérieur d'une maison, un salon, un PC. Moi je suis plus dans ce monde-là. L'avantage en achetant des vêtements en magasin c'est qu'on peut les tester, les essayer. J'ai eu la blague une fois de commander un parfum sur Internet. C'était censé être celui que je prenais habituellement et au final ce n'était pas le même, ce n'était pas la bonne bouteille. Ils mettent la bonne image sur le site et après quand on le reçoit c'est une arnaque totale. J'ai peur de me faire arnaquer sur Internet alors qu'en magasin, je suis devant le fait accompli donc ça me rassure.

Moi : Est-ce qu'il y a des choses qui vous plaisent moins peut-être dans le fait d'aller en magasin acheter vos produits ?

Répondant : Je dirais le monde qu'il y a parfois dans les magasins. Des fois, pas toujours, le personnel n'est pas toujours sympa mais bon ça on fait avec. Mais sinon ce n'est pas quelque qui me déplaît. Ça dépend du genre de magasins. Si je rentre dans un magasin c'est qu'il m'attire ou c'est parce que j'ai vraiment un besoin bien précis. Et donc parfois même si je n'aime pas spécialement le magasin, je vais me forcer à y aller mais bon au moins j'aurai mon produit et je serai contente.

Moi : Vous dites que si vous allez dans un magasin c'est parce qu'il vous attire. Comment est-ce que vous allez choisir les magasins ou les enseignes où vous allez aller ?

Répondant : Déjà je regarde en fonction du prix. Ça c'est important je trouve. Je regarde aussi en fonction des collections, en fonction de la réputation. Si on me dit « tel magasin a ouvert c'est chouette », je vais peut-être y aller. Je vais plutôt me diriger vers ça, vers les « on dit », vers les gens. Je vais écouter l'avis des gens que ce soit de mes connaissances ou des gens qui vont commenter sur Facebook par exemple.

Moi : Allez-vous souvent choisir la/les même(s) enseigne(s) ?

Répondant : En général oui, je reste dans mon cercle de magasins que ce soit pour les vêtements ou l'alimentaire.

Moi : Pourquoi choisissez-vous toujours les mêmes enseignes ?

Répondant : Parce que ce n'est pas loin de mon domicile. Ou alors les magasins de vêtements parce que ce n'est pas loin de mon boulot et donc je vais y aller sur mon temps de midi. J'aime bien l'aspect du magasin, j'aime bien m'y promener, c'est agréable. Par exemple, je préfère aller dans un Delhaize plutôt que dans un Colruyt qui est plus froid. Je préfère que ce soit plus convivial, plus chaleureux. Mais maintenant, pour certains produits, je vais me forcer à aller dans des magasins que je n'aime pas spécialement pour la différence de prix.

Moi : Quels sont les éléments qui vous plaisent particulièrement dans les enseignes où vous allez ?

Répondant : Au Delhaize, je trouve que le personnel est super sympa, c'est facile de se retrouver dans les rayons, c'est propre, organisé. Ça ça me plaît bien, j'aime bien ce genre de magasins. Le fait qu'il soit à 5 minutes de la maison ça joue beaucoup aussi.

Moi : Et dans les magasins de vêtements qu'est-ce qui vous plaît particulièrement ?

Répondant : ça j'irai plus dans un magasin comme Camaïeu, ou des magasins comme ça, où je vois que c'est rangé, que les rayons sont bien organisés plutôt que dans un Primark où tout est en tas, même si c'est moins cher. Primark, j'irai peut-être une fois tous les deux mois alors que chez Camaïeu j'irai peut-être trois fois par mois. Le fait qu'un magasin soit rangé, convivial, qu'il me donne envie d'entrer dedans c'est important pour moi.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec les enseignes que vous appréciez comme Delhaize, Camaïeu ?

Répondant : Je regarde les nouveautés qui sortent et là, je compare par rapport à mes anciens magasins. Je vais regarder sur Internet ou dans les publicités qu'on reçoit. Je reçois les publicités de Delhaize chez moi et je vais regarder beaucoup dans les pubs au niveau des promotions. Et là, si je vois qu'à l'Intermarché, qui n'est pas loin non plus, il y a une promotion pour des colis de viande, j'irai peut-être chercher ma viande à l'Intermarché et

j'irai chercher d'autres trucs au Delhaize. Au final, je ne gagne peut-être pas spécialement de temps mais j'ai ce que je veux donc je suis contente et en plus à des prix corrects. En fonction de comment la marque communique vers moi avec ces publicités, ces promotions ça va m'influencer à aller dans une autre enseigne. Par exemple, l'autre fois j'avais reçu des bons gratuits de chez Delhaize dans la boîte aux lettres. Forcément, j'ai pris ces bons, j'ai été chez Delhaize, je les ai utilisés. C'est un peu un appel à la consommation quelque part parce qu'ils donnent des bons gratuits donc forcément on se rend dans le magasin, donc forcément on va prendre ce qui est gratuit mais on va d'office peut-être acheter quelque chose. Je pense que les marques font ça pour nous attirer et qu'ils ne sont pas bêtes. Mais j'en suis consciente donc je fais attention. Des fois je me dis « Je vais là-bas et je ne prends que ça ». Je ne vais pas aller me rendre dans un Delhaize juste pour prendre mon truc gratuit, je ne suis pas comme ça non plus mais je vais prendre ce que j'ai besoin en me disant je ne vais pas me faire avoir sur ce coup-là et je m'en vais.

Moi : Allez-vous mettre vous-même des choses en place pour rester en contact avec les magasins plutôt que les magasins le fassent d'eux-mêmes ?

Répondant : J'ai tendance à demander moi-même les cartes de fidélité. Notamment chez Delhaize pour avoir droit aux points, aux bons. Ça ne me coûte rien de la demander vu qu'elle est gratuite. Il y a des fois je me dis pourquoi pas essayer de faire les courses sur Collect&Go chez Colruyt comme j'ai des collègues qui font. Elles commandent par Internet et elles vont chercher leur colis. Il y a du pour et il y a du contre je trouve. Elles vont chercher la commande, tout est prêt, elles embarquent les bacs et donc elles n'ont pas perdu une heure dans le magasin. Mais au bout du compte elles ont demandé tel ou tel produit, il n'y en avait plus et donc on les a remplacé par un autre. En faisant ça, j'ai peur de ne pas avoir la commande que j'avais faite, la commande espérée. Parfois, ils mettent des produits qui sont pour eux équivalents mais qui ne le sont peut-être pas pour nous. Ça j'hésite à faire. Parfois je me dis que c'est la facilité mais en même temps je me dis que j'ai bien une heure ou deux sur ma semaine pour aller faire les courses même si je fais des horaires catastrophiques. Avant, j'achetais beaucoup en courses et je mettais beaucoup de réserve. Maintenant je pars du principe que je prends ce qu'il me faut pour trois-quatre jours puis je retourne au magasin même si ça me prend parfois un peu plus de temps mais bon ce n'est pas le bout du monde.

Moi : Et dans les magasins de vêtements allez-vous être du genre à donner vos coordonnées afin d'être tenue au courant des nouveautés, des actions du magasin, ... ?

Répondant : Je ne donne jamais mon adresse mail aux magasins. Parfois, on me le demande et quand c'est le cas, je dis que je n'ai pas d'adresse mail. Des fois je trouve que ça devient non-stop. Même sur GSM on reçoit des messages nous disant « -10% dans tel magasin ». Je trouve que ça devient limite lourd, c'est trop. Ça ne m'intéresse pas moi personnellement. Si je reçois ce genre de SMS, ce n'est pas ça qui va faire que je vais me lever le matin pour aller dans le magasin parce qu'il y a 10%. Par contre c'est vrai que quand je reçois des bons pour de l'alimentaire dans ma boîte aux lettres, j'aurai plus tendance à aller dans le magasin mais pour les vêtements, ce n'est pas le même. Si je me déplace en magasin de vêtements, c'est qu'il y a vraiment des bonnes ristournes, pas 10%.

Moi : Qu'est-ce qui va faire que vous allez vous rendre sur le site internet d'un magasin avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : Pour des magasins comme IKEA, s'il me faut des armoires pour la chambre des enfants, je vais aller voir sur le site internet d'IKEA pour voir s'ils ont l'armoire en question que je veux, voir le prix de l'armoire, voir les dimensions, voir si ça correspond. Après tout ça, je me rendrai quand même au magasin. Mais c'est à Liège donc j'ai du trajet et je me dis avant d'aller jusqu'à Liège, je vais me renseigner et regarder sur Internet voir s'ils ont le produit que je veux. Mais je ne vais pas commencer non plus à appeler pour voir s'ils ont du stock. Je vais juste regarder sur le site s'ils ont le produit en question et là, j'irai.

Moi : Et après avoir été en magasin, qu'est-ce qui va faire que vous allez parfois aller sur le site Internet d'une enseigne ?

Répondant : J'irai peut-être voir s'il n'y a pas un complément de ce que j'ai acheté, voir s'il n'y a pas une autre promotion. J'irai peut-être voir s'il n'y a pas un produit que j'ai vu en magasin, que je n'ai pas acheté et que je voudrais finalement acheter. Au moment des soldes, j'irai voir sur le site ce qu'ils liquident. C'est des choses que je vais quand même regarder.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommatrice ?

Répondant : Je suis quelqu'un qui va réfléchir avant d'acheter, avant de réserver quelque chose. Je vais comparer les prix quand c'est pour des choses qui ont une certaine valeur. À partir du moment où ça devient une somme un peu conséquente, je dirais 80-100€, je vais quand même me renseigner, voir s'il n'y a pas moyen de trouver moins cher. À ce moment-là,

je vais aller voir sur Internet pour comparer les prix. Je ne vais pas commencer à comparer une boîte de tomates par contre.

Moi : Qu'est-ce qui pourrait vous pousser à utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, ...) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Ce serait plus pour un achat plus important comme du mobilier par exemple (salle à manger, salon), réserver des vacances. Je dirais que je le fais quand c'est pour un achat assez important. Je vais le faire pour comparer, voir ce qui est le plus intéressant. Je vais peut-être d'abord me renseigner un peu sur Internet et en fonction de ça, je regarderai dans quel magasin je peux le trouver en magasin et là je me rendrai en magasin et j'achèterai mon produit, ou j'irai en agence de voyages et je réserverai. J'utiliserai plus Internet pour m'informer. Ou, par exemple, ce matin j'ai été à un rendez-vous pour les petits. La dame me proposait des boîtes de jeux et elle m'a conseillé une boutique et là j'ai été sur le site Internet pour voir la boutique et le prix des petits jeux. De là j'ai vu le numéro du magasin et j'ai téléphoné pour voir si les jeux de cartes étaient disponibles vu que c'était à Gembloux. La dame m'a dit que oui mais je me suis quand même renseigné d'abord sur Internet et également en appelant le magasin. Et donc ici après, je vais aller en magasin acheter le produit. Je vais quand même voyager entre les différents canaux, je fais un peu les deux même si Internet me plaît moins je vais quand même y avoir recours. Ce sera moins pour l'achat mais plutôt pour m'informer sur les produits.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations. Je vous laisse le temps de les regarder bien attentivement. Vous les mettez un peu comme vous voulez et vous me dites quand vous avez terminé.

Répondant : Voilà c'est bon.

Moi : Pouvez-vous me décrire un peu ces publicités dans leur ensemble ?

Répondant : Bêtement les concours de ce genre (gratter et gagner, taper un code sur Internet), je ne les fais pas parce que je n'y crois pas, pour moi c'est de la connerie. Ce que j'aime bien dans la publicité Bershka c'est le fait que là, je pourrai éventuellement introduire la taille du produit et voir s'il est disponible en magasin. Là éventuellement, je vais peut-être le faire pour voir si ça vaut la peine que j'aille jusqu'en magasin. La publicité de Carrefour, ça ne me tente pas. Je n'irai pas exprès chez Carrefour parce qu'ils font un concours et ça de nouveau parce

que je n'y crois pas. En voyant la publicité de New Look disant que les soldes vont commencer, j'irai peut-être en magasin parce que c'est plus une alerte aux soldes qu'autre chose, que de commander sur Internet. Ça je serais peut-être intéressée d'y aller, de me rendre dans le magasin. La livraison gratuite en magasin, je trouve ça intéressant. Le fait que la livraison soit gratuite, je trouve que ça joue sur une commande. Je préfère ça moi si je commande. Par exemple, quand je commande parfois il y a les points Kiala. Je peux me faire livrer dans un point Kiala et je vais chercher et je rapporte dans le point. Je préfère aller rapporter dans un point où on me donnera un accusé de réception que de renvoyer ça directement. Si ça arrive chez moi et que je ne suis pas là, je ne sais pas ce qu'advientra le colis alors qu'avec les points Kiala ou la livraison en magasin, c'est plus sécurisé. Avec la livraison gratuite en magasin, je serais peut-être plus tentée de commander.

Moi : A votre avis pourquoi les enseignes proposent-elles le retrait gratuit en magasin ?

Répondant : Je pense que les marques espèrent qu'on fasse un petit tour dans les magasins. En allant chercher le colis, on jettera peut-être un coup d'œil dans les rayons. C'est un peu un mal pour un bien. Quelque part on se fait livrer gratuitement mais on va peut-être dépenser pour autre chose dans le magasin. Je trouve que c'est un beau petit piège en fait.

Moi : Et vous, comment réagissez-vous en général lorsque vous êtes confrontées à ce genre de publicités ?

Répondant : ça ne m'attire pas plus que ça sauf si vraiment c'est un gros truc qui va faire que ça pourrait m'intéresser. Des fois je vais les lire par curiosité, pour voir un peu mais je ne vais pas d'office être une acharnée et me dire qu'il faut que je m'y rende parce qu'il y a telle promotion. Ça ne va pas m'influencer à vrai dire. Je vais quand même les lire généralement sauf les concours, ça je zappe. Je ne dis pas que je n'ai pas déjà fait une fois ou deux des concours mais au final, je me suis rendu compte qu'on ne gagnait jamais et donc je ne fais pas plus. C'est remplir pleins de trucs et après on se retrouve avec pleins de publicités dans les boîtes mails et ça m'énerve. Je trouve parfois c'est parfois vraiment de l'abus avec Internet. Maintenant, une boîte mail ne sert limite plus qu'à recevoir des publicités ou des trucs comme ça au bout du coup et quand on a supprimé tout ça, il ne reste plus grand-chose mis à part ceux du boulot. Je trouve qu'on a que des trucs comme ça. Ça devient vraiment exagéré et c'est pour cette raison que j'ai tendance à ne pas donner mon adresse parce que même en ne la donnant pas on m'envoie quand même des trucs. Bêtement, je viens de déménager et les

fournisseurs d'électricité et les fournisseurs d'eau (qui ne sont pas des magasins), demandent si on veut qu'ils nous envoient la facture par mail, c'est ce qu'ils appellent « 0 papier ». Moi je refuse, je préfère recevoir le papier chez moi et l'avoir en mains propres et ainsi je ne reçois pas pleins de mails après.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients sur différents canaux ? (En magasin, sur Internet, ...)

Répondant : Oui. Les magasins comme Carrefour, les grosses enseignes le font. Je pense qu'ils savent comment ils doivent atteindre les gens, comment les attirer. En allant au Delhaize la semaine passée, le Coca était en réduction « 1 + 1 gratuit » donc on se dit génial et on prend. Puis il y a une dame qui arrive et qui nous dit que pour avoir le Coca gratuit, on doit se rendre sur Internet, remplir le bon et scanner le ticket et de là, la société en question nous remboursera la bouteille de Coca. Là ça m'a vraiment gavé et je me suis dit je ne prends qu'une bouteille de Coca et je ne remplirai pas ce formulaire sur Internet. Je me suis dit qu'au final ça allait me prendre une heure pour compléter tout ça pour avoir une bouteille de Coca gratuite. Je trouve que ça devient du ridicule. Maintenant, je sais que j'ai des connaissances qui sont acharnées et qui vont aller à la chasse aux bons partout. Ils vont puiser tout ce qu'ils peuvent puiser. Peut-être que c'est mon tort et que je devrais le faire mais je n'ai pas la patience. Je trouve que ça prend beaucoup de temps. C'est pour que je dis qu'aller au magasin, parfois oui on perd une heure mais on a ce qu'on veut direct alors que sur Internet des fois il faut faire plusieurs sites pour être sûr de ne pas se faire avoir. Je ne sais pas ce qui est le plus avantageux au bout du compte.

Moi : Vous, que pensez-vous du fait de renvoyer les clients sur différents canaux ?

Répondant : Je ne suis pas spécialement pour. Je trouve qu'Internet reste Internet et que le magasin reste le magasin. Je vois Colruyt fait les commandes via Internet et fait les bacs de courses en fonction. Je trouve que pour les gens qui n'ont pas le temps, les gens qui ont des soucis de santé, c'est pratique mais il y a des trucs c'est abusé je trouve. Parfois, je trouve que c'est vraiment de trop. Dans la société actuelle, ça devient vraiment exagéré. Par exemple on va dans une salle d'attente, comme j'ai fait ce matin, tout le monde est sur son GSM, il n'y a plus de contact humain, de contact social et ça je trouve ça vraiment dommage même si je ne suis pas anti-internet non plus. Internet c'est quand même pratique. Par exemple, pour les petits pour l'école il me faut une image de grenouille (j'ai eu la blague il y a trois semaines),

je n'ai pas toujours un livre avec des grenouilles chez moi et donc je vais taper sur Internet « image de grenouille » et il va m'en sortir pleins. Pour tout ce qui est travaux, scolaire je trouve ça vraiment bien. Je trouve ça plus intéressant pour un aspect scolaire que pour un aspect commercial. Ce qui est bien aussi, je ne dis pas le contraire non plus, c'est d'avoir accès à nos comptes en banque. Mais en même temps, je reste prudente aussi parce que tout compte fait on se rend compte qu'il y a tout de même des fraudes. Je vais donc quand même toujours aller à ma banque. J'utilise la banque en ligne mais je ne vais pas pour autant oublier ma banque. Si je veux voir si je suis payée, je ne vais pas me taper la banque, je vais regarder sur mon GSM.

Moi : Vous avez également recours au mobile ?

Répondant : Oui plus souvent que sur l'ordinateur même.

Moi : Et au niveau de la sécurité sur le mobile, vous vous sentez comment ?

Répondant : Je pense que c'est le même que sur l'ordinateur. Je dirais même que j'aurais plus peur avec mon smartphone qu'avec l'ordinateur. Si on me vole mon téléphone par exemple.

Moi : Selon vous, pourquoi les marques essaient d'envoyer leurs clients sur différents canaux ?

Répondant : Je pense que c'est pour se faire encore plus connaître et avoir un maximum de clientèle. Je pense que pour les grosses marques c'est plus pour attirer le client. C'est peut-être aussi pour se mettre en avant par rapport à la concurrence. Ça évidemment, c'est logique. Il y a certaines sociétés qui vont peut-être supprimer de l'emploi parce qu'ils ont peut-être plus facile via Internet et qu'ils ont peut-être besoin de moins de gens que ce qu'ils ont besoin avec Internet. Il y a du pour et du contre dans les deux je trouve.

Moi : Maintenant, en fonction de ce dont nous venons de parler, je vais vous demander de faire deux tas avec les publicités. Classez donc les publicités en fonction d'un critère et de ce dont nous venons de discuter en deux tas. Regardez peut-être les similitudes que vous voyez entre les différentes publicités.

Répondant : Je mettrais déjà celles avec le retrait en magasin ensemble. « Alerte soldes » je me dis que c'est un piège aussi même si j'aime bien. « Envie de prolonger votre shopping à domicile », on nous renvoie sur le site Internet de C&A. C'est quelque chose qu'on a dû

recevoir en magasin par les vendeuses quand on a payé, par exemple, et qui nous nous disent « voilà, vous pouvez vous rendre sur notre site Internet ». J'ai eu la blague l'autre fois chez C&A, entre parenthèses, avec une petite carte disant « Vous êtes tel client, vous pouvez aller sur le site pour gagner 25€ de bons d'achat chez C&A » et il faut se rendre sur le site pour compléter le formulaire. Mais de nouveau, je ne l'ai pas fait parce que je ne crois plus à ce genre de concours. Ici, on nous envoie donc du magasin vers Internet. Dans ce sens-là, il y a également Supradyn et Hema qui font ça en plus de C&A. Et les autres c'est l'inverse, c'est plutôt se rendre d'Internet vers le magasin. Si je regarde sur Internet s'il y a le produit en magasin, je ne resterai pas sur Internet, j'irai en magasin après. Avec la livraison gratuite en magasin, l'enseigne va vouloir qu'on commande sur Internet et qu'on se rende après en magasin pour chercher le colis. Je pense qu'Internet et le magasin peuvent parfois se rendre service l'un, l'autre. Mais je reste sur ma position, ce n'est pas des trucs comme ça qui vont me faire changer d'avis.

Moi : Résumez-moi un peu vos deux tas.

Répondant : Ce tas-ci, c'est plus des trucs promotionnels. Ils font gagner des concours pour que nous allions sur le site et en nous rendant sur le site, on va peut-être avoir envie d'acheter autre chose. Je ne dirais pas que c'est de l'arnaque, c'est plus un appel pour attirer les gens. Ce sont des choses qu'on a reçues en magasin et qui nous envoient vers Internet. Ce tas-ci, c'est toujours pour nous envoyer d'Internet vers le magasin. C'est deux tas différents, Internet et magasin, c'est un peu l'inverse. Celui qui va d'Internet vers le magasin me tenterait plus que l'inverse vu que je préfère aller en magasin. Ce sont plus des publicités d'information et donc je préfère.

Moi : La manière dont les enseignes vont communiquer est important. Selon vous, quel rôle va jouer la communication d'une enseigne sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : Je pense que d'office les grandes sociétés savent comment faire. Je ne sais pas si eux auraient vraiment besoin d'Internet pour fonctionner parce que je pense qu'ils sont connus et que leurs publicités ou leurs panneaux publicitaires suffisent. Je dirais que ça aiderait plus des petites boutiques ou des trucs comme ça à se lancer. Ça peut aider je pense. Maintenant, je vois aussi des grosses sociétés comme Zalando qui sont sur Internet et qui ne vivent que par Internet mais je pense que c'est encore différent parce qu'il n'y a pas de

magasin Zalando. Je pense qu'en allant sur Internet, on sait vraiment vers quoi on se dirige et ce qu'on veut. Maintenant, moi je ne me base pas par rapport aux publicités. Je ne dis pas qu'il n'y en a pas une qui va me frapper et qui pourra m'influencer.

Moi : Vous, par exemple, comment une enseigne pourrait-elle communiquer pour que vous changiez d'avis ? Vu que vous préférez le magasin, qu'est-ce qu'une enseigne pourrait faire pour que vous vous disiez « Je vais aller sur Internet plutôt qu'en magasin » ? Qu'est-ce qui vous ferait changer d'avis ? En communiquant de quelle manière ?

Répondant : En mettant sur Internet, sur pleins de trucs, j'y aurai accès, je le verrai. Si je ne suis chez moi et que je ne suis pas près du magasin, je ne le verrai peut-être pas. En communiquant via Internet déjà je dirais. La livraison gratuite c'est quelque chose qui me plairait peut-être bien mais en même temps, ça ne change pas mon opinion sur la chose. Des prix moins chers, des belles promotions c'est des choses qui pourraient peut-être me faire basculer vers Internet. Si l'enseigne communique d'une manière personnelle avec moi, je me sentirai peut-être plus à l'aise sur Internet. Mais en même temps, là ça devient très personnel dans le sens où c'est vraiment rester chez soi, rester en contact avec son propre magasin, ça devient un peu hard je trouve. Je ne sais pas, c'est mon propre avis. Peut-être qu'il y en a qui veulent ça mais c'est peut-être un peu exagéré. Ce qui me manque sur Internet, c'est l'aspect convivial, l'aspect. Il faudrait, pour moi, montrer aux gens qu'on n'est pas seulement un numéro, qu'il y a un intérêt à aller sur Internet et là, peut-être que les gens achèteraient plus. Il faudrait aussi que si on a des questions à poser, on ait des réponses. Il faudrait un service à la clientèle beaucoup plus poussé.

Moi : C'est quelque chose qui est important pour vous le service client ?

Répondant : Ah oui vraiment. La réponse que je vais recevoir est très importante, l'attente aussi. C'est important de savoir si on va recevoir son produit dans les temps ou pas. C'est ça qui me bloque sur Internet. On envoie un mail, on n'a pas de réponse directement par exemple. Si les enseignes communiquaient d'une meilleure façon avec les clients, je serais déjà peut-être plus tentée d'aller sur Internet. Mais il ne faut non plus que ça devienne du harcèlement. Mais je pense que la communication d'une enseigne pourrait quand même me faire changer d'avis.

Moi : Vous ne vous dites pas que vous restez sur votre position ?

Répondant : ça dépend de l'enseigne et de ce qu'ils proposent. Le fait d'aller en magasin j'aime bien parce qu'il y a des promotions qu'on voit en magasin et qu'on ne voit pas toujours sur leur site. Et avec Internet, il y a vraiment ce contact qu'on n'a plus et ça me dérange. Je trouve qu'Internet nous coupe du monde. Oui et non en fait. Sur les réseaux sociaux comme Facebook, on garde des contacts avec des amis et c'est utile dans le sens où on retrouve des amis mais au niveau bien-être, mobilier, nourriture, ... je n'en vois pas l'utilité.

Moi : Vous parlez des réseaux sociaux. Communiquer sur les réseaux sociaux comme les marques le font sur ces deux publicités, vous en pensez quoi ?

Répondant : Je trouve que c'est abusé parce que le site n'est plus vraiment ce qu'il était à la base, ça devient plus un site de ventes d'articles, de promotions, de ci, de là. Il devrait y avoir des sites bien précis pour les magasins et que les réseaux sociaux restent les réseaux sociaux. Je trouve que ça ne devrait pas être autant mélangé. Limite, si on retrouve sur Internet, savoir que si on va sur tel site, on aura tout ce qui est magasin, alimentation, ... et sur un autre site avoir tout ce qui est magasin, mobilier ou vêtements. Mais je trouve qu'il ne faut pas que tout soit toujours mélangé comme ça parce que ça devient du non-stop. On est non-stop confronté à de la publicité. On allume son Facebook, on tombe sur des publicités. On n'a plus été sur Facebook depuis une journée, on a 48 notifications parce que tel ou tel truc a mis des promotions, des ci des là. Là je trouve que ça devient moins intéressant au niveau des sites comme Facebook.

Moi : Vous allez être du genre à vous intéresser aux marques que vous aimez sur les réseaux sociaux ?

Répondant : Non je ne vais jamais aimer les pages des magasins que j'aime. J'irai plus aimer des sites de seconde main qui, eux, ont quelque chose à faire sur Facebook parce que c'est en contact avec la population. J'aime des pages de seconde main aussi bien que des sites. Il y a des petites organisations qui ont fait leur petit truc et qui font que c'est devenu une page à part. Je serais plus tentée par ce genre de trucs sur Facebook que d'aller voir les publicités de grandes enseignes. Puis de toute façon, je n'y fais pas attention et encore moins que celles que je reçois chez moi. Celles que je recevrai dans ma boîte aux lettres, je vais les regarder alors qu'ici, je ne vais même pas les lire. Ça aura encore moins d'influence pour moi sur les réseaux sociaux.

Entretien de Bénédicte (55 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Répondez simplement ce que vous pensez, ce que vous ressentez.

Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Sur tous sites confondus ?

Moi : Oui.

Répondant : Je dirais une demi-heure.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière fois que vous êtes allée sur Namur.

Répondant : J'ai été sur Facebook. Ah non ce n'est pas vrai en fait. J'ai commandé des capsules Nespresso sur le site Nespresso avant de venir.

Moi : Pourquoi sur le site de Nespresso ?

Répondant : Parce qu'on ne les trouve pas dans les grandes surfaces et qu'ils les livrent à domicile gratuitement et quand on veut. On peut choisir l'heure à laquelle ils les livrent et donc c'est très facile pour moi.

Moi : C'est toujours comme cela que vous surfez habituellement ?

Répondant : Acheter sur Internet, moi je ne fais pas beaucoup, à part acheter les capsules Nespresso. Je vais lire le journal sur Internet. Je suis beaucoup sur Facebook. J'aime bien aussi tout ce qui se rapporte aux voyages. Je tape le nom d'une ville et je regarde un peu tout ce qu'il y a à voir dans cette ville, les hôtels aux alentours. Je vais aussi faire les réservations des vacances par Internet.

Moi : Sur quel(s) support(s) allez-vous généralement sur Internet ?

Répondant : Sur un ordinateur portable ou sur mon smartphone.

Moi : Dans quel cas allez-vous plus utiliser votre smartphone ?

Répondant : Pour lire le journal, je vais sur le smartphone. Si c'est pour faire une commande, je vais plus aller sur l'ordinateur portable. Si c'est pour regarder des lieux de vacances, je vais aussi utiliser l'ordinateur portable parce que c'est quand même plus confortable quand l'image est un peu plus grande. Le smartphone c'est plus pour aller sur Facebook, pour regarder des petites informations, des recettes ou ce genre de choses.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique, un produit qui a une certaine valeur, par exemple une télévision ou un ordinateur, décrivez-moi un peu ce que vous allez faire.

Répondant : Si c'est vraiment un gros électroménager comme une télévision, je vais aller dans un magasin parce que j'aime quand même bien voir le produit et avoir les conseils du vendeur. Avant, je vais regarder un peu sur Internet pour regarder les prix, pour comparer des magasins comme Kréfel ou Vandenborre. Je vais voir sur des sites qui ont leur magasin autour de Namur en sachant qu'après, j'irai en magasin. Une fois que j'ai trouvé plus ou moins ce qui me plaisait, je vais aller dans le magasin et j'achèterai en magasin.

Moi : Internet va intervenir dans votre processus d'information sur un produit ?

Répondant : Oui.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Pour voir un peu ce qu'on me dit à propos du produit, voir les avis des internautes qui l'ont acheté et qui sont contents ou pas contents et je me ferai une opinion. Je vais regarder les avis des autres consommateurs. Il y en a tellement qui se plaignent de beaucoup de choses que parfois, je ne tiens même pas compte de leur avis. Je regarde un peu en gros mais si tous les consommateurs se plaignent, je me dis que ça ne vaut pas la peine. Mais si c'est 50-50 je vais quand même jusqu'au magasin voir ce que le vendeur propose et pour voir si dans mon cas, cet appareil est vraiment bien ou s'il me conseille un autre.

Moi : Si vous deviez acheter un produit un peu moins cher comme un vêtement, par exemple, agiriez-vous de la même façon ?

Répondant : Non, je vais directement en boutique parce que j'aime bien d'essayer. Je ne vais pas commencer à regarder sur Internet pour les vêtements, les chaussures, je vais uniquement en magasin.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que j'aime bien de regarder à mon aise, d'essayer.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : C'était la semaine dernière. J'avais un souper samedi et donc je suis allée faire un tour rue de fer à Namur. Une ou deux fois par an, je vais à l'Esplanade à Louvain-la-Neuve mais sinon, je fais toutes mes courses à Namur. J'ai acheté un pantalon chez Esprit et une petite blouse chez Carrefour. Je cherchais après un pantalon et un dessus pour samedi et donc j'ai uniquement acheté ça. J'ai fait toute la rue de Fer, je suis montée, je suis redescendue. J'ai fait plusieurs boutiques mais au final je retourne toujours dans les mêmes boutiques.

Moi : Vous avez des boutiques favorites ?

Répondant : Oui. Cassis et Esprit souvent.

Moi : Et qu'est-ce qui vous plait dans ces enseignes ?

Répondant : Chez Esprit, les pantalons, d'office ils me vont bien. J'en ai essayé d'autres dans d'autres boutiques mais ça ne m'allait pas donc maintenant d'office, je vais chez Esprit. Pour le haut, ça dépend un peu ce que je cherche, ce que je trouve. C'est un peu ma gamme de prix ces magasins-là. Je ne mets jamais très cher pour des vêtements. Le prix c'est quelque chose d'assez important pour moi. Je ne vais jamais mettre 100 ou 150€ pour un pantalon.

Moi : C'est toujours comme cela que vous procéder lorsque vous faites du shopping ?

Répondant : Souvent, je vais regarder un peu partout et revenir au final dans les mêmes magasins. Souvent quand j'ai congé de la journée, vers 10 heures du matin, je suis à Namur. J'y vais quand il n'y a pas trop de monde donc jamais le samedi. Je fais toutes les boutiques à mon aise en montant ou en descendant et puis je vais vraiment dans celles où j'ai vu quelque chose qui m'intéressait.

Moi : On va imaginer que vous cherchiez un produit particulier, par exemple une petite blouse que vous aviez vue dans le magasin, et malheureusement vous ne le trouvez plus en rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je demande à la vendeuse. A Namur, il y a plusieurs magasins d'une même enseigne souvent. Par exemple, Cassis, je sais qu'il y en a aussi un à Erpent et donc je vais demander à la vendeuse s'il y a moyen d'avoir le produit sur Erpent. S'il n'y a pas dans la région proche, je vais encore aller jusqu'à Andenne éventuellement car ce n'est pas encore trop loin. S'il n'y a vraiment plus dans le coin, je change d'idée et je prends autre chose. Je ne vais pas commencer à aller sur le site Internet des enseignes voir s'ils ont le produit.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Je ne l'ai jamais fait. Ici, c'était urgent donc il fallait absolument que je trouve quelque chose sur Namur. Puis je pense qu'un vêtement sur Internet, je n'achèterai pas parce que je n'aime pas donc ça ne me vient pas à l'idée d'aller voir. Il faut dire que j'ai eu une fois une mauvaise histoire en commandant une fois un pantalon qui n'allait pas du tout au final et donc je devais le reporter. À ce moment-là, il fallait aller le reporter dans un magasin Mestdagh qui était un peu loin de chez moi. Après ça, je me suis dit « J'achète dans le magasin où je peux essayer et que je vois que ça va ». J'ai trouvé la démarche vraiment lourde et je trouve qu'on perd moins de temps à aller faire les magasins au final. Je travaille à temps-plein et donc ce n'est pas toujours facile de trouver un moment où je peux aller ramener le colis à la poste.

Moi : Avez-vous quand même déjà effectué des achats sur Internet ?

Répondant : J'ai acheté une fois une paire de chaussures parce que c'était une marque que je connaissais bien et que je savais que la pointure 36 c'était ça qu'il fallait. Et effectivement, c'était tip-top, ça allait. Mais je ne l'ai fait rien qu'une fois.

Moi : C'est le seul achat que vous avez effectué sur Internet ?

Répondant : Pour des vêtements et chaussures oui.

Moi : Et en général ?

Répondant : Il y a quelques temps, j'achetais beaucoup de livres par Amazon. Maintenant, j'ai une liseuse et je télécharge des livres sur des sites gratuits donc je n'achète plus de livres papier. A part les capsules Nespresso, je n'achète rien sur Internet.

Moi : Décrivez-moi le dernier achat que vous avez fait sur Internet. C'était vos capsules Nespresso c'est bien ça ?

Répondant : Oui. J'avais reçu un mail sur mon smartphone disant qu'il y avait une promotion et qu'à l'achat de 10x10 capsules, la livraison était gratuite jusqu'au 6 avril. Donc je me suis dit que c'était le moment d'en profiter et en trois clics c'était fait. D'habitude il faut commander 250 capsules pour avoir la livraison gratuite donc là, ça fait quand même un fameux stock. Et pour le moment c'est 100 capsule donc ça me convenait très bien. C'est vraiment la promotion qui m'a donné envie de commander.

Moi : Quel est le genre de produits que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : Pour le moment, je n'achète vraiment plus que les capsules Nespresso donc je dirais que c'est ça.

Moi : Et quelle est votre fréquence d'achat sur Internet ?

Répondant : Je dirais que j'achète une fois tous les trois mois. Je ne tiendrais pas trois mois avec les 100 capsules que je viens d'acheter.

Moi : Combien de fois par an alors peut-être ?

Répondant : Je dirais que je commande 4 fois par an mais en général je prends un plus gros stock. Mais en été on en boit moins qu'en hiver quand il fait plus froid. En moyenne c'est difficile de dire mais je ne commande pas énormément sur Internet.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît quand même dans le fait de pouvoir faire des achats sur Internet ?

Répondant : J'achète juste les capsules et encore, c'est parce qu'il n'y a pas de boutique Nespresso à Namur mais si un jour il y a une boutique qui ouvre à Namur, j'irai acheter au magasin et plus sur Internet. J'aime encore bien aller dans cette boutique.

Moi : Qu'est-ce que vous aimez alors dans le fait d'aller plutôt en magasin ?

Répondant : J'aime bien de regarder, de voir, de sortir, de demander conseil, tout ça j'aime bien. C'est bête mais je suis allée quelques fois dans une boutique Nespresso à Liège et je trouve que c'est joli toutes les couleurs aux murs. C'est gai, moi je m'y plais bien. On peut prendre un petit café, c'est agréable.

Moi : Vous allez tout de même vous déplacer pour aller dans cette boutique ?

Répondant : C'est parce que je suis allée une fois avec ma belle-fille passer une journée à Liège et puis j'y suis retournée pour une exposition. J'y suis allée deux fois et je projette, ici, quand le beau temps sera revenu d'y retourner une fois. C'est une ville que j'ai découverte et qui m'a bien plu donc pourquoi pas y retourner et à l'occasion ramener des capsules Nespresso.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît moins ou pas du tout dans le fait d'acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Les vêtements et les chaussures j'aime bien essayer. Les livres je n'en achète plus. Pour les gros électroménagers j'aime bien d'aller en magasin.

Moi : Qu'est-ce que vous n'aimez pas, pourquoi n'aimez-vous pas acheter des produits sur Internet ?

Répondant : Parce qu'on ne peut pas poser ses questions. J'ai besoin de conseils quand j'achète un produit. Le conseil des vendeurs est important pour moi. Je vois mes fils qui achètent des smartphones sur Internet mais moi j'aime encore bien aller à la boutique pour regarder, demander ce qu'il faut celui-ci, quel est l'avantage de l'autre, choses qu'on ne sait pas faire sur Internet. Et c'est pour cela que j'achète plus en magasin aussi. Je considère que si un vendeur a passé son temps avec pour me donner des conseils sur un produit, autant lui acheter à lui. C'est plutôt le fait que j'aime bien faire les magasins qui fait que je n'aime pas trop acheter en ligne. Internet est quelque chose que je n'aime pas particulièrement au niveau des achats. Je n'y vois pas vraiment d'avantages à vrai dire.

Moi : S'il y a une différence de prix pour un produit entre le magasin et Internet, qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je ne regarde pas à vrai dire. Je ne vais pas commencer à comparer tous les prix d'un produit. Je me dis qu'il n'y a pas une grande différence de prix entre Internet et le magasin donc je ne regarde pas.

Moi : Et il y a-t-il des choses que vous aimez moins dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : Si je suis mal reçue, je ne retournerai pas dans le magasin, ça c'est sûr. Faire les magasins, c'est vraiment quelque chose que j'aime bien. En plus, j'habite à 5 kilomètres de Namur donc me déplacer pour aller faire les magasins, ce n'est pas un problème pour moi.

Moi : Vous parliez tantôt des enseignes que vous aimiez bien, des éléments qui vous plaisaient dans ces enseignes.

Répondant : Oui, je sais que dans ces enseignes, je trouverai rapidement ma taille et des choses qui me vont bien.

Moi : Quelles sont vos boutiques de prédilection ?

Répondant : Cassis et Esprit mais ça ne m'empêche pas d'aller faire un tour dans les autres boutiques. Mais je remarque que finalement je retourne toujours dans ces deux boutiques-là. Je suis assez fidèle à ces deux enseignes.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec des enseignes que vous appréciez comme Cassis et Esprit ?

Répondant : Je suis inscrite sur la newsletter de Cassis et Esprit et donc régulièrement ils m'envoient des publicités, les nouvelles collections, ce genre de choses que je lis mais que j'efface rapidement. Mais je regarde quand même pour voir ce qui va sortir pour l'été ou ce genre de choses mais ce n'est pas pour ça que je vais acheter par ce biais là ou que je vais me dire qu'il faut que j'aille en magasin. J'achète vraiment quand j'ai besoin de quelque chose, je n'achète pas quand je n'ai pas besoin. Quand je vais faire les magasins, c'est que j'ai quelque chose en vue, un souper, une sortie et que j'ai besoin de quelque chose. Parfois je peux rester trois mois sans aller dans un magasin. Je ne vais pas faire du shopping pour rien, je ne fais pas du shopping pour le plaisir.

Moi : Qu'est-ce qui va faire que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne, par exemple Cassis ou Esprit, après ou avant avoir été en magasin ?

Répondant : Après, je n'irai sûrement pas. Avant, c'est pour voir ce qu'ils proposent sur Internet même si je suis certaine qu'il y a plus en magasin que sur le site. Je vais aller sur Internet pour voir un peu la tendance. J'ai vu qu'il y avait beaucoup de bleu cette année et c'est vrai que c'est la tendance cette année et qu'il y a beaucoup de bleu dans les magasins. Mais ce n'est pas pour autant que j'ai acheté du bleu. J'irai peut-être un petit peu sur Internet pour voir ce qu'il y a mais je préfère aller en magasin, fouiller dans les rayons, prendre des tenues, les essayer. Mais après avoir été en magasin je n'irai pas sur le site Internet, ce n'est pas quelque chose que j'ai l'habitude de faire.

Moi : Quand vous allez faire du shopping vous allez généralement seule, accompagnée ?

Répondant : Toute seule. Je préfère aller faire les magasins toute seule.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommatrice ?

Répondant : Je crois que je suis très raisonnable. Je n'achète pas pour acheter. Je n'ai pas la frénésie d'acheter. J'achète vraiment quand j'ai besoin. Si j'ai vraiment besoin d'un beau vêtement, pour un mariage par exemple, je ne regarderai pas au prix. Dans la vie de tous les jours vu que je suis infirmière, je m'habille le matin, j'arrive à la clinique je me change, je me rhabille le soir donc je n'ai pas besoin de beaux vêtements dans la vie de tous les jours. Tout ce que j'ai coûte moins de 100€. Et des t-shirts que j'ai, je les garde des années. Je ne dépense pas beaucoup. Je ne suis pas radine mais je ne dépense pas énormément.

Moi : Et pour les courses alimentaires est-ce le même ?

Répondant : Pour les courses alimentaires, je n'irai jamais chez Lidl ou ce genre de magasins. Je fais toutes mes courses chez Delhaize ou au Carrefour.

Moi : Et pourquoi ?

Répondant : Parce que j'ai l'habitude. C'est près de chez moi. Il y a un choix de produits immense. Il y a des produits de marque qu'on connaît. Il y a des vieilles marques qui ont toujours existé. Puis j'ai eu des mauvaises expériences avec des produits de chez Lidl et Aldi qui n'étaient pas bons. Et de toute façon, ne me demandez pas le prix d'un œuf, je ne le sais

pas. Ne me demandez pas le prix d'un kilo de steak, je ne le sais pas. J'estime que nous mangeons très sainement (beaucoup de fruits, beaucoup de légumes, peu de viande) et si un jour j'ai besoin d'un bon morceau de viande, je ne regarde pas au prix. Je sais que je n'achèterais pas de fraises en hiver parce que ce n'est pas la saison. Ce n'est pas tellement parce qu'elles sont chères, c'est parce qu'elles viennent de loin et que ça me déplaît. J'achète les produits locaux, je préfère. Je préférerais acheter des fraises dans des petites cabanes de fraises plutôt que des fraises d'Espagne.

Moi : Vous allez vous poser beaucoup de questions avant d'effectuer un achat ?

Répondant : Si je vois un produit qui me plaît, je vais le prendre. Je ne vais pas commencer à me dire est-ce que je le prends, est-ce que je ne le prends pas, est-ce que je vais trouver mieux ailleurs. Mais je ne vais pas non plus être du genre à acheter sur un coup de tête. Je prends quand même la peine de regarder la matière, comment c'est fait, comment ça s'entretient. Après, j'essaie le produit et si ça va je le prends. Je vais quand même réfléchir un minimum mais sans hésiter pendant des heures.

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous pourriez utiliser plusieurs canaux (Internet, le magasin, le mobile) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Internet je l'utilise plus avant d'aller en magasin pour me renseigner, voir ce qui existe et tout ça. Internet c'est vraiment plus pour m'informer sur les produits mais pas pour acheter. L'achat se fera quasi toujours en magasin sauf exception. Et en magasin j'irai pour m'informer et pour acheter. Sur Internet, j'irai voir des petites informations, les avis des consommateurs.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations. Je vais vous laisser la place pour les regarder. Il y en a certaines qui sont recto/verso. Je vous laisse le temps de regarder. Vous les mettez un peu comme vous voulez afin que vous puissiez toutes les voir. Et dites-moi quand vous avez terminé.

Répondant : A quoi dois-je faire attention dans ces publicités-là ?

Moi : Soyez attentive aux différentes informations que vous voyez, à ce que vous remarquez en général.

Répondant : Ici on nous demande qu'on donne notre avis sur leur site. Le retrait gratuit en magasin c'est ridicule je trouve. On commande sur le site puis on doit aller chercher en magasin. Autant aller directement au magasin alors. C'est peut-être parce que moi je n'aime pas commander sur Internet. Si je commande quelque chose sur Internet, c'est pour qu'on l'amène chez moi, pas pour qu'on me l'amène quelque part. Ça je vais regarder mais je n'achèterai de toute façon pas. « Souhaitez -vous savoir si l'article est disponible en magasin », ça ne m'intéresse pas de nouveau. J'irai plutôt voir jusque-là et faire un tour dans les autres boutiques éventuellement. D'accord, on ne se déplace pas pour rien. Mais je me dis que si l'article n'est pas là, j'irai faire un tour ailleurs. Les concours ce n'est pas pour moi. Je me dis qu'on ne gagne jamais et qu'il y a sûrement une attrape quelque part. Ça ne m'intéresse pas du tout. Celle-là (Supradyn) j'aime bien les couleurs. Ça me parle parce que c'est bien en couleur.

Moi : Pourtant c'est un concours.

Répondant : Oui mais c'est attirant je trouve. Maintenant des vitamines qui font un concours, je trouve ça un peu déplacé. Collishop c'est commander online et retirer son colis offline, en magasin. Je ne sais pas très bien ce que je vais vous dire.

Moi : Pouvez-vous me donner un avis général sur ces publicités ? Qu'est-ce que vous en pensez ?

Répondant : La première chose qui me vient à l'esprit est que si tout le monde commande par Internet et va chercher après son paquet en magasin, les pauvres vendeuses, elles n'auront plus rien à faire. Ça c'est tout ce qui se rapporte aux commandes sur Internet puis à aller chercher après son paquet en magasin. « Prolongez son shopping à domicile », moi comme je vous ai dit je n'achèterai pas par Internet de chez moi. C'est peut-être aussi le fait que j'habite à Belgrade, très proche de Namur et donc j'ai tous les magasins et des C&A, j'en ai au moins trois autour de chez moi donc faut-il encore aller commander sur Internet ? Je n'ai pas de difficulté à arriver dans un magasin. Je serais perdue au fin fond de la campagne, j'aurais peut-être plus tendance à commander comme ça et à me faire livrer soit dans un point relais, soit à la poste. Mais dans mon cas, je n'utilise pas ces canaux-là pour commander mon produit. Je pense que le fait que j'habite proche d'une ville a une influence sur le fait que je préfère aller en magasin.

Moi : Quand vous êtes confrontée à ce genre de publicités dans la vie de tous les jours, quelle est votre réaction ?

Répondant : Je les jette. Parfois je les lis quand même mais tout dépend de la publicité. Je lis les gros caractères.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients sur certains canaux ?

Répondant : Ici ils renvoient vers le magasin vu qu'il faut aller chercher son paquet en magasin. Ils espèrent peut-être qu'en allant chercher notre paquet, on achète encore quelque chose en plus dans le magasin. Ici, sur Facebook, on est sur Internet et on nous dit « rendez-vous dans le magasin ». Donc pour le concours, il faut quand même aller dans le magasin si je comprends bien. Donc de nouveau ils renvoient dans le magasin ici. Et ça c'est une publicité qui était sur Facebook ?

Moi : Oui.

Répondant : On nous invite à aller dans le magasin pour participer au concours. Ça je ne ferai jamais. Si je vais chez Carrefour, c'est pour faire mes courses. Je ne suis pas intéressée de voir les concours moi. Quand je vois ça, je ne lis même pas quoi.

Moi : Et à votre avis, pourquoi les marques essaient-elles de renvoyer comme ça d'un canal à un autre ? Pourquoi les enseignes essaient-elles de voyager entre les différents canaux ?

Répondant : Je suppose que c'est pour attirer plus de monde. Ils se disent qu'il y a des gens qui seront plus attirés par Internet et donc le magasin renvoie vers Internet comme cette publicité « Prolongez votre shopping à domicile ». Ça veut dire qu'on est allé en magasin et qu'on va encore acheter quelque chose sur Internet. Par contre celle-ci avec le retrait gratuit en magasin c'est l'inverse. Ça veut dire qu'on a commandé sur Internet et puis on va revenir vers le magasin. Pour moi, ils essaient tout azimut de recruter des gens, de faire revenir des gens vers leurs produits. Ils veulent que les gens achètent plus. Ils veulent tenter les gens.

Moi : Si je vous demandais de faire deux tas avec ces publicités en fonction de ce dont nous venons de parler avec les différents canaux, ... que feriez-vous ?

Répondant : Ca j'estime que c'est pour prolonger le shopping, que ce soit vers le magasin ou vers Internet. Ça c'est plus des pubs pour des soldes. « Rendez-vous vite en magasin », ça je le mets là. Ça, ça renvoie plus vers le site. Mais en allant introduire mon code pour voir si j'ai gagné est-ce que je vais aussi consulter les produits ? Il y en a sûrement qui seront tentés de le faire mais pas moi. Ici j'ai été au magasin, j'ai reçu ce papier et puis je vais repartir sur le site. Ce n'est pas encore la même chose pour un magasin de vêtements que pour un magasin alimentaire comme Carrefour je trouve. Chez Carrefour, moi j'y vais deux-trois fois par semaine parce que j'y vais pour la nourriture alors que pour les vêtements, soit il faut avoir envie d'acheter quelque chose, soit il faut avoir besoin de quelque chose. Et moi comme j'ai dit, je n'achète pas quand je n'ai pas besoin. Donc quand je vais chercher mon colis, est-ce que je vais m'arrêter pour regarder les autres produits ? Je ne pense pas.

Moi : Avec tout cela, pensez maintenant aux deux tas que vous pourriez faire.

Répondant : Celles-là elles renvoient vers le magasin et celles-là renvoient vers Internet.

Moi : Je vous laisse faire vos deux tas.

Répondant : Collishop je ne sais pas comment ça fonctionne à vrai dire. Mais on commande en ligne pour se faire livrer après chez Colruyt donc on renvoie aussi vers le magasin. Ici pour Supradyn c'est quelque chose que j'ai dû recevoir en magasin, en pharmacie et on va nous renvoyer sur le site Internet de Supradyn pour taper notre code. Donc ici c'est l'inverse, on nous renvoie du magasin vers Internet.

Moi : Résumez-moi un peu vos deux tas.

Répondant : Ici mon tas c'est ce qui me renvoie vers le site Internet et que j'ai reçu en magasin. Et là, je suis d'abord allée sur le site puis je vais aller en magasin.

Moi : Est-ce qu'avant de faire ces deux tas, aviez-vous déjà remarqué que les enseignes faisaient cela, envoyaient d'un canal à un autre ?

Répondant : Non. Je n'avais jamais fait attention à ça. Je ne fais pas attention à ce genre de publicités. Puis je n'irai jamais voir sur Internet ou très rarement après avoir été en magasin. Et qu'est-ce qu'ils espèrent en nous renvoyant sur le site ? Ils espèrent qu'on aille voir les produits et éventuellement qu'on les achète. Mais moi je me dis que je n'achète pas beaucoup sur Internet donc ça ne va pas m'intéresser.

Moi : Une enseigne se doit de communiquer pour différentes raisons. Pour vous, quel rôle va jouer la communication sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ? Par exemple, vous qui n'aimez pas Internet, comment une enseigne pourrait vous changer d'avis et que vous alliez plutôt vers Internet au lieu du magasin ? En communiquant de quelle manière ?

Répondant : Si les prix sont 50% moins chers je veux bien aller sur le site Internet. Tout ce qui est prix plus bas, promotions, ça va m'intéresser. Les choix apparemment ce sont les mêmes qu'on aille sur Internet ou en magasin. Si on me proposait plus de produits sur Internet, j'irais plus facilement sur le site Internet par contre. Si je n'habitais pas aussi proche des magasins, c'est sûr que j'irais aussi plus sur Internet. Donc le prix, le choix essentiellement. Ce n'est pas les concours qui vont m'attirer en tout cas. Je ne les ferai pas généralement. Ce n'est pas quelque chose qui m'attire. Les promotions oui, mais pas les concours. Si c'est pour acheter un manteau à la moitié du prix ça m'intéresse. Mais si c'est pour acheter un manteau et recevoir un ticket de tombola ça je ne le ferai pas.

Moi : Par exemple, ici vous voyez de la publicité sur Facebook pour New Look et Carrefour. Que pensez-vous du fait de faire de la publicité sur les réseaux sociaux ?

Répondant : Ça m'énerve parce que pour moi les réseaux sociaux c'est pour communiquer avec des gens, avec des amis, pour partager des choses. Et je trouve que ce genre de choses, que la publicité n'a rien à faire sur les réseaux sociaux, sur Facebook. Je ne vais jamais lire ce genre de publicités, ni cliquer sur le lien. De temps en temps, on voit des publications sponsorisées sur notre page d'accueil Facebook mais je ne vais jamais cliquer dessus. Je cliquerai plus facilement sur un lien qui me sera communiqué dans un mail que sur Facebook. Là, ce n'est pas rare que j'aille voir quand je reçois par mail. Il y a certaines enseignes qui envoient des SMS aussi.

Moi : Et quand vous recevez un SMS qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais aussi aller voir sur le site Internet pour voir ce qu'ils proposent. Mais je trouve que Facebook ce n'est pas l'endroit pour faire de la publicité. Un réseau social c'est un réseau social et pas un endroit pour faire de la pub pour moi. Je trouve que ça n'a rien à faire là et ça ne va pas me toucher. Je ne vais pas lire les publicités, je vais les passer.

Moi : Je vous remercie du temps que vous m'avez consacré.

Entretien de François (38 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'études, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Il faut répondre simplement comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Entre deux et trois heures.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière fois où vous êtes allé sur Internet.

Répondant : Pour regarder des sites de carrelage. Pour regarder des trucs pour l'extérieur, pour le jardin, pour faire des travaux. On va faire des travaux bientôt donc on regarde un petit peu.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous surfez habituellement ?

Répondant : En général oui. Je regarde beaucoup pour des informations sur Internet mais je vais aussi sur Facebook, je regarde mes mails. Je regarde pour tout ce qui est travaux, pour les vacances, pour des informations générales.

Moi : Sur quel support allez-vous généralement sur Internet ?

Répondant : Sur l'ordinateur ou sur mon téléphone.

Moi : Pourquoi allez-vous parfois plus utiliser l'ordinateur et parfois plus le téléphone ?

Répondant : Le téléphone est plus facile d'accès et au travail quand on est en pause, on peut y aller plus facilement. L'ordinateur c'est plus quand je suis à la maison et que je n'ai pas le téléphone.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique ou électroménager, un produit qui a une certaine valeur comme un téléphone, une télévision, comment allez-vous vous y prendre ?

Répondant : D'abord, je regarde les promotions qu'il y a via une application « Promo-Promo » sur Android. Après, je regarde sur Amazon, sur Zememain.be, sur Ebay et je compare les différents prix. Je vais toujours regarder sur Internet en tout cas la plupart du temps.

Moi : Et où allez-vous acheter ?

Répondant : Je peux acheter sur Internet comme je peux acheter en magasin. Mais je vais toujours regarder sur Internet au départ et en fonction des prix, j'achèterai soit sur Internet, soit en magasin.

Moi : Internet va donc toujours intervenir dans votre processus d'information ?

Répondant : Oui. Dans beaucoup de cas en tout cas.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que c'est la facilité qu'on a aujourd'hui. On ne doit pas faire les magasins pour regarder tout ce qu'il y a. On peut regarder directement sur Internet et comparer tous les différents prix. C'est vraiment une question de facilité et surtout pour trouver le prix le plus avantageux.

Moi : Si vous deviez acheter un vêtement, par exemple, agiriez-vous de la même façon ?

Répondant : Là je vais plus aller faire les magasins qu'acheter sur Internet. Je ne vais pas commencer à comparer pleins de vêtements sur Internet, je vais directement aller voir dans le magasin et s'il y a quelque chose qui me plaît, je le prendrai. Je ne vais pas commencer à regarder si c'est moins cher sur Internet. Quand je suis en magasin, je regarde ce qu'il y a en magasin.

Moi : Justement, décrivez-moi un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : C'était chez Célio il y a 4 mois. Je devais m'acheter un jeans. Il y avait une promotion en magasin et il me fallait justement des jeans. J'ai trouvé ce qu'il me fallait.

Moi : C'est toujours comme ça que vous agissez ?

Répondant : Non, ça m'arrive aussi de regarder ce qui me plaît et pas quelque chose en particulier. Je ne sais pas souvent les magasins donc quand je les fais, je regarde vraiment ce qui me plaît.

Moi : On va que vous cherchiez un produit particulier en magasin, par exemple un jeans que vous aviez vu, mais vous ne le trouvez pas en rayon. Qu'allez-vous faire ?

Répondant : Je vais demander aux vendeuses si ça va rentrer, s'il y en a en stock et si ce n'est pas le cas, j'irai dans un autre magasin.

Moi : Donc vous allez demander de l'aide en magasin ?

Répondant : Oui auprès des vendeurs.

Moi : Pour l'alimentaire, agissez-vous de la même façon que pour les vêtements ?

Répondant : Je regarde les promotions qu'il y a et on fait des grosses courses dans un magasin Colruyt et le reste on se dépanne dans d'autres magasins sur le côté.

Moi : Et quand vous faites vos courses alimentaires ça se passe comment ?

Répondant : Je fais une liste de courses sur Internet chez Colruyt, chez Colishop même. Dans les autres magasins comme Delhaize, Aldi là je vais directement en magasin. Chez Colruyt, je vais uniquement chercher mon colis au magasin mais je commande directement sur le site de Colishop. On commande tout sur Internet puis on va chercher notre marchandise et c'est tout. Ainsi je prends juste mon colis, je gagne du temps et je ne suis pas tenté.

Moi : Pourquoi préférez-vous ce mode d'achat plutôt ?

Répondant : Pour une question de rapidité. Au lieu de passer une heure et demie au magasin, en une demi-heure les courses sont faites et rangées à la maison.

Moi : Et vous n'êtes pas déçu de ce mode d'achat ?

Répondant : Non pas du tout, que du contraire. Je préfère cette manière de faire. C'est vraiment un gain de temps. Mais je vais quand même encore dans d'autres magasins. Je vais parfois chez Delhaize, Intermarché quand il y a des promotions. S'il y a quelque chose qu'il nous manque, on passe dans un magasin.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ? Je pense que vous avez déjà bien répondu.

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel(s) genre(s) de produits ?

Répondant : Les courses en ligne pour tout ce qui est alimentaire. J'ai acheté des lampes, des ampoules. J'achète pleins de choses qu'on achète parfois moins cher dans d'autres pays sur Internet.

Moi : Décrivez-moi le dernier achat que vous avez fait sur Internet.

Répondant : C'était des ampoules.

Moi : Comment vous y êtes-vous pris ?

Répondant : J'ai regardé chez Brico et ça me coûtait 6€ pour une ampoule alors que sur Internet j'en avais 12 pour 3€. Donc ici j'ai préféré commander sur Internet pour le prix.

Moi : C'est toujours comme cela que vous faites lorsque vous commandez sur Internet ?

Répondant : Oui généralement. Je tape le modèle ou l'objet que je recherche en fonction de si je sais précisément ce que je recherche ou pas.

Moi : Et quel genre de produits diriez-vous que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : Il n'y a rien de spécifique. C'est vraiment s'il me faut quelque chose que je vais chercher sur Internet. Je n'ai aucun produit spécifique où je vais me dire qu'il faut absolument que j'achète sur Internet.

Moi : Mais ce que vous achetez le plus vous diriez que c'est quoi ?

Répondant : Maintenant je dirais que c'est l'alimentaire vu que je fais les courses sur Internet. Je fais les courses une fois par mois sur Colishop et le reste je dirais une fois tous les deux mois. Ça varie en fonction de ce que j'ai besoin et de ce que je repère.

Moi : Et qu'aimez-vous dans le fait de pouvoir acheter sur Internet ?

Répondant : La facilité, les prix, le choix de produits. On trouve facilement un peu tout ce qu'on veut. La gamme de prix et le choix des produits ça me plaît. On peut trouver tout moins cher.

Moi : Et qu'est-ce qui vous plaît peut-être moins ?

Répondant : Toujours la peur de se faire arnaquer, de se faire avoir. On a toujours peur de ne pas recevoir son colis, que ce ne soit pas le bon colis, que ça arrive et que ce soit cassé puis qu'on ne sache pas renvoyer le colis.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans le fait d'acheter plus en magasin ?

Répondant : Il y a une sûreté. On achète le produit et on le voit directement. On achète dans des magasins de proximité alors que quand on achète sur Internet, ce sont souvent des magasins étrangers. Et quand j'achète ici c'est dans des magasins de proximité donc si j'ai un souci c'est beaucoup plus facile pour aller réclamer.

Moi : Et il y a des choses qui vous plaisent peut-être moins dans le fait d'acheter des produits en magasin ?

Répondant : Le fait de perdre du temps dans la file d'attente mais ça dépend du magasin. On se rend généralement dans les commerces de proximité où on sait qu'on ne devra pas attendre beaucoup. En fait je dirais que ça dépend des magasins. Par exemple, Carrefour c'est un magasin que je n'aime pas du tout. Delhaize j'aime beaucoup, on trouve facilement, les produits ne changent pas de place tout le temps. Ça dépend vraiment des magasins.

Moi : Comment allez-vous choisir les enseignes où vous allez vous rendre ?

Répondant : Chez Aldi, je vais pour les collations. Delhaize, je vais pour les produits plus spéciaux, pour les produits de dépannage de tous les jours.

Moi : Allez-vous toujours dans les mêmes enseignes ?

Répondant : Oui. Aldi, Delhaize et Colruyt.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans ces enseignes ?

Répondant : Delhaize c'est la gamme de choix. Aldi c'est les prix. Et Colruyt c'est les prix, la livraison quand on commande par Internet et la facilité. Colruyt ça regroupe un peu ce que j'aime chez les deux autres enseignes.

Moi : Qu'allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne que vous appréciez ?

Répondant : Je regarde les folders que je reçois où je vais voir sur Internet les folders et les promotions. Je regarde toujours les promotions qu'il y a sur Internet. Je regarde principalement pour les enfants, notamment pour les collations, pour les biscuits. Pour les collations, on va plus chez Aldi que chez Delhaize où là c'est plus des marques et que ça coûte plus cher que les sous-marques. C'est pour une question de prix et parce qu'au niveau du goût souvent c'est le même.

Moi : Allez-vous peut-être demander des cartes de fidélité ?

Répondant : On a la carte Delhaize. On me l'a proposée et j'ai dit oui en me disant que ça pouvait être intéressant par rapport notamment à Q8 pour faire le plein de mazout. Je me suis dit que ça pourrait m'apporter d'autres avantages. Aldi ils n'ont pas de carte.

Moi : Allez-vous donner vos coordonnées pour être tenu au courant des nouvelles d'un magasin ?

Répondant : De moins en moins.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce qu'on envoie toujours des infos et qu'au final on n'a pas le temps d'y aller, que ce n'est pas le moment d'y aller. Puis je ne regarde pas toujours les informations que je reçois par mail donc je me dis que ça ne sert plus à grand-chose de donner mon adresse.

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous allez vous rendre sur le site Internet d'une enseigne avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : D'abord, je vais au magasin pour voir le prix en magasin puis je vais comparer sur Internet pour voir si je ne trouve pas moins cher. Pour des produits spécifiques, je vais d'abord aller en magasin. Par exemple, je devais aller acheter des ampoules, j'ai été voir chez Brico pour avoir une idée du prix puis j'ai trouvé moins cher sur Internet donc j'ai acheté sur

Internet. Mais parfois, je vais trouver moins cher en magasin et donc j'achèterai en magasin. Je vais sur Internet d'abord pour comparer et après en fonction du temps d'envoi, de si c'est urgent ou pas, j'achèterai le produit sur Internet ou en magasin.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommateur ?

Répondant : Je ne suis pas un gros consommateur. Je réfléchis beaucoup avant de faire un achat, je compare. Je n'achète que si j'ai besoin. Je n'achète que ce qu'il me faut. Je ne vais pas acheter quelque chose puis le mettre sur le côté après et ne plus l'utiliser. Je fais vraiment des achats utiles.

Moi : Qu'est-ce qui pourrait vous pousser à utiliser plusieurs canaux lors d'un processus d'achat ?

Répondant : D'abord le temps. Il faut voir si on a le temps de le faire ou pas. Si c'est urgent, qu'on en a besoin tout de suite et qu'on sait l'avoir de chez soi sans se déplacer c'est bien. Si on ne sait pas, on va en magasin. Parfois on n'a pas le choix et on va payer plus cher parce que c'est urgent.

Moi : Pourquoi allez-vous parfois faire les deux ?

Répondant : Pour m'informer, pour comparer, pour vraiment trouver le meilleur prix, pour la rapidité aussi parfois s'il faut la rapidité. Parfois il faut 5 jours pour avoir un produit alors qu'on en a besoin dans les deux jours et donc parfois on va en magasin et on paie plus cher parce qu'on en a besoin directement.

Moi : J'ai sélectionné différentes publicités, différentes informations. Je vous laisse les regarder et les mettre comme vous le désirez. Et dites-moi quand vous avez terminé.

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces publicités dans leur ensemble.

Répondant : Ça c'est des soldes pour New Look. Je ne fais pas ça parce qu'en général on nous dit qu'il y a 40% et quand on arrive, il y a 5 articles à 40% donc je ne cours pas. Carrefour je ne vais pas y courir parce que des fois on arrive au magasin et il n'y a plus. On est souvent déçu quand on arrive du coup et pour commander il y a toujours des problèmes. « Grattez et gagnez », je n'en ai quasiment jamais donc je ne sais pas juger. « Prolongez votre shopping à

domicile » avec C&A pourquoi pas car c'est en ligne et donc on pourrait retrouver en ligne les mêmes vêtements qu'en magasin donc ça peut être intéressant. Bershka, je n'ai jamais commandé sur ce site mais je trouve ça intéressant de voir si un produit est disponible en magasin. Ça nous évite de faire un déplacement pour rien. On peut regarder si le produit qu'on a vu est disponible dans notre taille en magasin. On ne doit pas se déplacer en magasin pour qu'on nous dise qu'on doit revenir la semaine d'après. Ici c'est la livraison gratuite en magasin. Moi je privilégie la livraison gratuite en magasin. Maintenant s'il y a des choses que je dois absolument faire livrer à la maison comme des gros colis où il faut absolument une remorque, là je vais payer des frais de déplacement. Mais si c'est des petits articles, je reprends en magasin. En général, c'est ce que je fais.

Moi : Et que pensez-vous de la livraison gratuite en magasin ?

Répondant : C'est une facilité. On a ça chez Brico. On peut commander sur Internet et puis on va chercher en magasin. Au moins, on est sûr d'avoir l'article, on ne paie pas en plus et il n'y a pas de difficulté pour avoir l'article.

Moi : A votre avis, pourquoi les enseignes font-elles ça ?

Répondant : Pour une question de facilité. De un, pour ne pas devoir chercher en magasin. De deux, pour être sûr que l'article soit toujours disponible, soit toujours en stock. Ça va leur permettre de gérer leur stock. Parfois, on nous dit qu'il reste deux articles en magasin et le temps qu'on arrive en magasin il n'y en a plus alors que si on commande sur Internet, on est sûr de l'avoir quand on arrive en magasin. Quand je vais chercher mon colis, généralement je prends juste mon colis et je repars car il ne me faut rien d'autre et que je ne vais pas là-bas pour acheter autre chose sauf s'il me le faut ou qu'il me faut quelque chose de spécial. Je n'y vais pas dans l'optique de faire un tour dans le magasin mais je pense que certaines personnes seraient tentées de faire un tour dans le magasin et d'autre chose. Je ne dis pas que ça ne m'arrive jamais de faire un tour dans le magasin mais c'est quand il me faut quelque chose de bien précis. Je profite à ce moment-là d'aller chercher mon colis pour regarder le prix de quelque chose et après je compare sur Internet avec d'autres magasins pour voir si c'est moins cher.

Alors ici Collishop pour moi c'est vraiment parfait. C'est tout ce qui me convient. Je n'ai rien à redire là-dessus. Pimkie, on peut aussi se faire livrer gratuitement en magasin donc de nouveau je trouve ça intéressant. Je trouve que c'est la facilité. Ici C&A, donner mon avis je

ne fais pas car je ne sais pas s'ils agissent vraiment par rapport à ça. Ce n'est pas moi qui vais donner mon expérience sur comment il faut faire sur Internet. Je ne passe pas mon temps à ça. Il y a peut-être des gens qui le font mais moi je ne le fais pas. Les concours ça ne me fait rien. Je ne me dis pas que je vais gagner, que ça me tente de gagner. Parfois, je me dis que je vais faire le concours et finalement j'oublie et le concours est fini. Ça ne m'intéresse pas plus que ça.

Moi : Quelle est votre réaction par rapport à ce genre de publicités ? Qu'en pensez-vous ?

Répondant : Il y a une petite proportion de publicités qu'il faut vraiment regarder, qui attire. Les autres c'est plus de la facilité sur Internet comme la livraison gratuite, consulter les produits en ligne, regarde si un produit est disponible en magasin. Quand je regarde ce genre de publicités comme Pimkie, C&A, Bershka, Collishop je trouve ça très intéressant. On peut regarder tranquillement chez soi sans avoir à chercher partout dans le magasin.

Moi : Dans la vie de tous les jours, comment réagissez-vous lorsque vous êtes confronté à ce genre de publicités ?

Répondant : Je ne réagis pas. Je ne vais même pas les lire, je vais les passer et les jeter. Ça n'a pas vraiment d'incidence sur moi.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients d'un canal vers un autre ?

Répondant : Carrefour, Brico le font de plus en plus je trouve. Colruyt le fait aussi mais également Dreambaby, Dreamland. On sait regarder sur Internet les produits, les commander sur Internet et se faire livrer en magasin. On est plus attiré de regarder calmement chez soi sur Internet plutôt qu'en magasin.

Moi : Et que pensez-vous du fait de renvoyer comme ça d'un canal à un autre ?

Répondant : Moi au niveau des courses si je sais qu'on peut me livrer dans un magasin près de chez moi, je vais commander par Internet pour une question de facilité. Je n'ai pas beaucoup de temps d'aller dans les magasins et de perdre deux ou trois heures dans ceux-ci. Avec le travail, les activités et les enfants on n'a pas toujours le choix et le temps d'aller faire les magasins. Et donc le fait de pouvoir faire ses courses en ligne et d'après aller chercher au magasin je trouve ça intéressant.

Moi : A votre avis, pourquoi les enseignes font cela ?

Répondant : Je pense que c'est une question de facilité sur l'achat. Je pense que les gens n'ont plus le temps et le soir ils sont chez eux dans le fauteuil et ils peuvent regarder sur Internet ce qu'ils commandent. À mon avis, on commande plus vite sur Internet que quand on est en magasin parce qu'en magasin on ne trouve pas aussi facilement que sur Internet. On ne peut pas taper des mots clés comme on le fait sur Internet. Des fois on est plus tenté de commander sur Internet alors que si on ne trouve pas en magasin, on se dit tant pis et qu'on trouvera une autre fois. On commande de plus en plus et les magasins ont de plus en plus de personnes qui commandent par Internet et qui prennent plus de marchandise qu'ils n'en prendraient s'ils allaient en magasin.

Moi : En fonction de ce dont nous venons de parler avec les différents canaux, pourriez-vous faire deux tas avec ces différentes publicités ?

Répondant : Je ferais un tas avec les publicités qui renvoient d'Internet vers le magasin et un autre avec les publicités renvoyant du magasin vers Internet. Le premier tas renvoyant d'Internet vers le magasin est plus un tas qui me plaît, que j'ai envie d'utiliser. Le deuxième tas me plaît un peu moins. Je vais prendre les publicités mais je vais les jeter en rentrant.

Moi : Ce genre de publicité sur les réseaux sociaux, qu'en pensez-vous ? Que pensez-vous de la publicité sur les réseaux sociaux ?

Répondant : Je ne regarde pas. Ça n'a pas d'incidence sur moi. C'est le même que pour les autres publicités, je ne vais pas y faire attention et encore moins sur les réseaux sociaux que sur un site Internet ou dans mes mails même. Je peux regarder parfois mais ça n'a pas d'incidence sur moi. Je ne vais pas me dire que je vais aller acheter un produit parce que je l'ai vu dans une publicité sauf pour l'alimentaire ou si c'est vraiment une excellente affaire.

Moi : Une enseigne se doit de communiquer comme vous vous en doutez. Selon vous, quel rôle va jouer la communication d'une enseigne sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit, pour acheter un produit ?

Répondant : Le rôle du magasin c'est d'avoir un magasin complet et agréable et qui peut nous renvoyer sur Internet pour différents choix qu'on ne sait pas avoir directement. Il y a certains magasins où on ne peut pas commander en stock en magasin et où on est obligé de commander en stock sur Internet. Des magasins de bricolage comme Brico nous renvoient

beaucoup sur Internet car ils n'ont pas le produit en stock et qu'ils ont une livraison entre 3 et 5 jours en magasin. Parfois ils renvoient plus sur Internet car ils ne savent pas stocker en magasin.

Moi : Vous qui n'aimez pas acheter les vêtements sur Internet comment une enseigne pourrait-elle communiquer avec vous pour que vous ayez plus envie d'acheter des vêtements sur Internet ?

Répondant : En communiquant sur la facilité du renvoi du produit. Le fait de pouvoir renvoyer c'est important si un produit ne me convient pas. En communiquant aussi avec des prix moins chers et des promotions vu que je recherche toujours le meilleur prix. Il faut que ce soit facile, sans frais d'envoi et de renvoi. Mais par contre tout ce qui est concours et tout ça comme je l'ai dit tantôt ça ne m'intéresse pas.

Moi : Je vous remercie du temps que vous m'avez consacré.

Entretien de Elodie Lebrun (29 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration pour réaliser ce travail qui va viser à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Vous répondez simplement, comment vous agissez, ce que vous pensez, ce que vous ressentez. Et je vous remercie pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, on va parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous environ par jour sur Internet ?

Répondant : Beaucoup, vraiment beaucoup. Une grosse partie de mon temps.

Moi : Combien d'heures diriez-vous ?

Répondant : Sur Internet que ce soit général ou pour acheter ?

Moi : De manière générale.

Répondant : Ouhlala, j'ai honte. Le soir je sais que de 18h à 21h30, je suis sur Internet. La journée je suis au boulot donc on va dire pas trop quand même, un petit moins mais j'y vais quand même. Je dirais quand même facilement presque huit heures. C'est quand même pas mal en fait.

Moi : Décrivez-moi un peu la dernière fois où vous êtes allée sur Internet.

Répondant : C'était hier. En fait c'est souvent la même chose. Quand je vais sur Internet, c'est souvent pour regarder des séries car on n'a pas la télévision et pour faire des petits achats sur Amazon. Je regarde aussi les maisons parce qu'on recherche une maison pour le moment avec mon compagnon. Donc ça se résume à ça je dirais. Puis il y a Facebook qui reste constamment ouvert sur mon ordinateur. Malgré ça, je n'utilise pas tant que ça les réseaux sociaux mais un petit peu quand même. Mais je dirais que ce n'est pas ça qui occupe tout mon temps.

Moi : Sur quel support allez-vous pour aller sur Internet généralement ?

Répondant : Le PC la journée au travail et le soir PC relié à la télévision pour regarder des séries. Je vais utiliser mon smartphone pour aller sur les réseaux sociaux, rarement pour les achats en ligne car quand il faut payer avec Belfius c'est compliqué avec GSM. J'utilise aussi la tablette de temps en temps. Mais c'est le PC que j'utilise le plus.

Moi : Pourquoi allez-vous plus utiliser le PC ?

Répondant : Etant donné qu'on a le PC relié à la télévision et que c'est une très grosse télévision, c'est plus sympa de regarder sur la télévision. Pour les achats je préfère le faire sur PC. J'ai l'impression que c'est plus clair que sur Smartphone où on a un petit écran. Pour les réseaux sociaux, en général c'est sur le smartphone parce que c'est plus rapide et que je vais directement sur l'application. Les mails aussi je regarde beaucoup sur smartphone. Tout ce qui est rapidité, je vais beaucoup sur smartphone. Tout ce qui est virement (Belfius vu que moi j'ai Belfius), Facebook et mails c'est sur le smartphone.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique comme une télévision, un smartphone, un produit qui a un certain prix, comment allez-vous procéder ?

Répondant : D'abord, je regarde si le produit est de qualité. Je vais d'abord aller sur des tests en ligne comme Les Numériques qui sont assez bien cotés ou Test Achats, et parfois je fais même les deux. Ensuite, je compare les prix dans des magasins qu'on connaît le plus. Pour ça je vais regarder directement sur Internet les prix. En général, après, je fais ma commande en ligne ou je vais parfois sur place quand ce n'est pas trop loin. S'il faut que j'aille jusqu'à Namur alors que je suis d'Ottignies, ça fait un peu loin. Mais en général, je vais quand même sur place. Par exemple, on a acheté une centrifugeuse, un extracteur de jus, j'ai été sur Les Numériques et sur Test Achats. Après, je me suis rendu compte que c'était moins cher chez Vandenborre et donc j'ai été sur leur site pour voir leur prix. Après, j'ai quand même été sur place pour voir à quoi elle ressemblait, pour discuter avec le vendeur. Et donc, ici je l'ai quand même achetée en magasin.

Moi : Donc Internet va intervenir dans votre processus d'information sur un produit ?

Répondant : Oui, toujours. Avec mon compagnon on fonctionne comme cela. On compare les produits sur Internet que ce soit pour un GSM, de l'électroménager. Mais on ne le fait pas pour les vêtements par contre.

Moi : Si vous deviez acheter un vêtement, agiriez-vous de la même façon ?

Répondant : Non, tout ce qui est chaussures et vêtements, je ne regarde pas. Je ne commence pas à comparer les prix sur Internet.

Moi : Comment allez-vous vous y prendre pour ce genre de produits ?

Répondant : En fait, les vêtements je n'achète jamais sur Internet. Les chaussures j'en achète très rarement sur Internet. Je vais quand même voir sur Zalando qui a plus des marques françaises.

Moi : Pourquoi n'achetez-vous jamais de vêtements sur Internet ?

Répondant : ça m'est arrivé une fois et j'ai trouvé que ça ne m'allait pas du tout. Je préfère essayer et donc aller en magasin directement et essayer plutôt que de commencer à renvoyer le produit. Je préfère voir directement si le produit me va. Tout ce qui est électro, smartphone c'est différent quoi que moi les smartphones je ne les commande pas en ligne mais je sais qu'on peut le faire. Mais il y a des sites où on est obligé de commander en ligne comme les One Plus, là on est obligé de les acheter sur le site.

Moi : Décrivez-moi un peu votre dernier shopping en magasin.

Répondant : C'était pour des tenues de sport. C'est honteux mais je ne regarde même pas les prix. Je prends les trucs qui me plaisent le plus. J'essaie pour voir si ça me va. Et ce n'est que si ça me va que je regarde le prix. Si le prix est trop élevé et que ça me va, je ne prendrai pas. Je fais quand même attention aux prix. Je sais ce que je peux me permettre ou pas. Je sais me mettre les limites qu'il faut, il n'y a pas de problème avec ça.

Moi : Est-ce toujours comme cela que vous allez procéder généralement ?

Répondant : Pour les chaussures, je fais moins attention au prix. Je suis prête à mettre un prix plus élevé pour des chaussures.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Je fonctionne au coup de cœur pour les chaussures. J'ai plus facilement un coup de cœur pour une paire de chaussures que pour des vêtements ou une tenue de sport. C'est bizarre mais je fais plus attention quand c'est pour des vêtements. C'est peut-être parce que j'achète moins de chaussures. Je vais plus aller vers quelque chose qui me plaît vraiment. Puis

il faut dire que les chaussures c'est quelque chose qu'on va mettre plus souvent et garder plus longtemps.

Moi : On va imaginer que vous cherchiez un produit particulier en magasin mais que vous ne le trouvez pas. Comment allez-vous faire ?

Répondant : Je cherche sur Internet pour voir si je ne sais pas le trouver sur Amazon. Je fais ça directement. Ce n'est pas du tout ma technique à la base, c'est celle de mon compagnon. Si on ne trouve pas un produit, on regarde sur Amazon s'il y a le produit. C'est mon compagnon qui m'a initié à ça.

Moi : Et avant cela comment agissiez-vous ?

Répondant : Si je ne trouvais pas, j'essayais de trouver le produit dans un autre magasin que ce soit le même produit dans un autre magasin de l'enseigne ou un produit similaire dans une autre enseigne. Je n'ai pas encore pris entièrement l'habitude. Mais je trouve que mon compagnon a raison car on trouve souvent ce qu'on veut sur Amazon et moins cher. C'est malheureux pour les commerçants mais si on peut trouver moins cher qu'en magasin c'est quand même plus intéressant.

Moi : Pourquoi faites-vous cela ?

Répondant : Pour une raison de prix. Amazon je trouve que c'est vraiment des prix moins chers et très intéressants. Puis ça ne me dérange pas de devoir attendre quelques jours pour un produit.

Moi : Et vous ne sollicitez jamais de l'aide en magasin si vous ne trouvez pas un produit ?

Répondant : Si ça m'arrive. Je vais demander de l'aide aux vendeurs dans le magasin. Mais si je n'en vois pas dans les environs, je passe outre. Je ne vais pas commencer à chercher après eux. Je vais partir dans ce cas-là même si c'est un produit que j'apprécie beaucoup. Je vais changer d'idée.

Moi : Pour l'alimentaire c'est le même ?

Répondant : Pour l'alimentaire, si je ne trouve pas ce que je veux, tant pis. Si j'ai vraiment décidé que c'est ça que je voulais, comme je fais de la pâtisserie par exemple, j'essaierai de me débrouiller pour aller voir ailleurs. Il y a des magasins où il n'y a personne. Au Colruyt,

parfois il n'y a personne, vous chercher dans les rayons sans voir personne. Je n'ai pas envie de me balader et de commencer à chercher des vendeurs. Donc si je ne trouve pas le produit, j'irai voir ailleurs, dans un autre magasin où je sais qu'ils ont le produit que je cherche.

Moi : Avez-vous déjà effectué des achats sur Internet ? Je pense que oui comme vous l'avez déjà dit.

Répondant : Oui.

Moi : Pour quel(s) genre(s) de produits ?

Répondant : Des couettes de lit par exemple parce que c'est vraiment moins cher qu'en magasin. Une housse pour le GSM. Moi je n'ai pas acheté mon smartphone sur Internet mais mon compagnon l'a fait. J'ai acheté aussi un clavier d'ordinateur. Des livres aussi même si je préfère aller les chercher directement en librairie. Mais ça arrive que j'achète des livres sur Internet. Parfois on ne trouve pas certains livres en librairie et il faut attendre très longtemps pour qu'ils arrivent alors que sur Amazon ça va très vite pour les avoir. J'ai déjà acheté des petits trucs de pâtisserie aussi.

Moi : Décrivez-moi un peu le dernier achat que vous avez fait sur Internet.

Répondant : J'ai été sur un site « Dieti-Natura ». Je fais de la rétention d'eau et donc je me suis dit que ce serait bien que j'essaye de trouver des produits bio, nature. Je ne connaissais pas du tout mais c'est en discutant avec des personnes et en regardant sur le site que j'ai appris à connaître. Je regarde les différents produits qui sont proposés. Je me dis d'ailleurs que c'est chiant car il y en a pleins et qu'il faut lire. Je fais mon choix et je regarde les prix. En fonction du prix, je regarde quelle quantité je prends. Là je commande et après, ça arrive directement chez toi. C'est un produit Français donc je ne sais pas l'avoir en Belgique. Si j'avais pu aller dans un magasin pas trop loin, je pense que j'aurais plutôt été en magasin. Dans ce cas-ci comme c'était Français, je n'avais pas le choix de me faire livrer. Mais sinon pour ce genre de produits je trouve que c'est mieux d'aller directement en magasin pour avoir des conseils. Ici c'était clair sur le site donc ça allait. À mon avis c'est fait exprès pour ça. Mais pour avoir plus d'explications, de conseils sur les produits, je préfère aller en magasin.

Moi : Quel genre de produits diriez-vous que vous achetez le plus sur Internet ?

Répondant : J'ai envie de dire l'électronique à savoir tout ce qui est clavier, tout ce qui est accessoires, des prises, des chargeurs.

Moi : Et pourquoi achetez-vous plus ces produits sur Internet qu'en magasin ?

Répondant : Parce que je ne dois pas sortir de chez moi pour commencer à chercher des choses comme ça. Sur internet, je tape, je clique et j'ai tout qui s'affiche. Sur Amazon je sais que ça va être moins cher, même si je vérifie quand même, et que c'est rapide au niveau de la livraison.

Moi : Et quelle est, selon vous, votre fréquence d'achat sur Internet par mois ?

Répondant : Ce mois-ci je dirais que j'ai acheté 4 trucs sur Internet. Je dirais que j'achète environ 4 fois par mois mais parfois mon compagnon achète des choses pour nous sur Internet et je ne suis pas au courant. Il achète énormément sur Internet. Je trouve qu'il y a des métiers qui permettent de pouvoir acheter comme ça sur Internet. Lui il est informaticien et il donc il sait directement vers quoi il veut aller et ce qu'il veut. Il n'a pas besoin d'un avis d'un vendeur et il sait que s'il va chez le vendeur ce sera plus cher que sur Internet. Lui il sait parfaitement où il doit aller, ce qu'il veut donc forcément, à mon avis, il va acheter plus sur Internet. Mais moi j'aime quand même bien aller de temps en temps en magasin pour avoir des conseils.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans le fait de pouvoir acheter sur Internet ?

Répondant : La rapidité. J'ai tout sous les yeux et donc je ne dois pas chercher des heures dans un magasin. J'ai l'impression que c'est bien visible. Visibilité, rapidité et on sait comparer aussi. On ouvre pleins d'onglets et on compare tout. Je trouve qu'il y a une transparence sur Internet et ça, ça me plaît.

Moi : Et qu'est-ce que vous n'aimez pas ou qu'est-ce qui vous plaît moins dans le fait d'acheter sur Internet ?

Répondant : J'ai toujours la peur de me faire arnaquer sur Internet. On ne sait jamais trop ce qu'il va se passer. Les paiements en ligne je n'aime pas trop, ça m'embête. Je me demande si c'est vraiment sécurisé. On ne sait jamais si c'est si bien sécurisé que ça. On le fait quand même mais il y a quand même une petite appréhension. Finalement on le fait 10 fois et on se dit « ça va, il ne m'est rien arrivé »

Moi : Et s'il vous arrivait quelque chose, quel serait votre comportement ?

Répondant : S'il m'arrivait quelque chose, je n'aurais plus trop envie de commander sur Internet ou du moins sur le site où j'ai eu le souci. J'ai eu une connaissance qui n'avait pas reçu son colis, elle a dû courir après. Finalement on retire quand même l'argent alors qu'on n'a toujours rien reçu. Dans un premier temps, je pense que je ne dirais pas définitivement non à l'achat sur Internet mais au site avec qui j'ai eu le souci oui. Je ne commanderais plus sur ce site, ça c'est sûr.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît dans le fait d'acheter des produits plutôt en magasin ?

Répondant : Le fait qu'il y ait des vendeurs, la proximité avec le vendeur. Si le vendeur est intéressant et qu'il sait bien nous aider, ça devient vraiment bien je trouve. Je trouve que dans les magasins de vêtements les vendeurs ne sont plus vraiment intéressants, pas toujours en tout cas. Ils se plantent dans les couleurs, ils se plantent dans les tailles. Dans les magasins de cuisine, par contre, je trouve qu'ils sont vraiment intéressants. Là, par exemple, je vais aller en magasin demander des infos. Par exemple, « Les Secrets du chef » je vais aller demander des infos sur les produits en magasin comme ça je les ai vus en vrai puis je vais réfléchir et je vais les acheter sur Internet. Je vais me laisser le temps de réflexion. Après je me dis ça me plaît quand même et je l'achète sur Internet. Pourquoi ? Parce qu'en plus ils peuvent livrer. Quand c'est des produits lourds, c'est intéressant qu'ils les livrent à la maison ainsi je ne dois pas me balader avec le produit. Mais ça m'arrive qu'avec cette enseigne là car je sais que c'est un bon magasin et que je sais que ça vaut la peine d'aller voir avant d'acheter bêtement.

Moi : Qu'est-ce qui vous plaît moins alors dans le fait d'acheter des produits en magasin ou qu'est-ce que vous n'aimez pas ?

Répondant : Les vendeurs sont parfois trop présents et oppressants. Ils veulent qu'on achète et ils disent qu'ils sont là pour nous aider. Parfois, on a envie d'avoir la paix, de regarder seul calmement. Ça je trouve que c'est un gros problème. Sinon faire les boutiques c'est toujours sympa. Ce qui est embêtant aussi c'est que parfois les prix ne sont pas mis. Ça ce n'est pas chouette parce qu'on ne sait pas se baser sur le prix. Je ne vois rien d'autre.

Moi : Comment allez-vous choisir les enseignes où vous vous rendez pour acheter vos produits ?

Répondant : L'ouï dire. Avec des amis on discute de ce qui est bien, de ce qui n'est pas bien et en général c'est quand même en fonction de ça, de ce que j'entends que j'irai ou pas. Si on me dit que c'est vraiment pourri, je n'irai pas. Je vais me fier à l'avis des gens que je connais, pas à l'avis de n'importe qui. Si, par exemple, je dois acheter un produit, je vais demander à des gens que je connais mais je vais aussi aller voir les avis sur Internet (Les Numériques, Test Achats). Si c'est dans l'alimentaire, je sais très bien à qui je peux demander. Si on me dit que ce n'est pas terrible, je vais peut-être quand même aller voir. Mais si on me dit que c'est pourri, je ne vais pas y mettre les pieds et je ne vais même pas essayer de regarder. En général, c'est comme ça que je fonctionne.

Moi : Allez-vous généralement choisir les mêmes enseignes ?

Répondant : J'ai l'impression que je choisis souvent les mêmes enseignes mais en même temps en Belgique, il n'y a pas un énorme choix sauf si on va à Bruxelles, là il y a déjà plus de choix. Dans la province de Namur, je vais souvent au même endroit. Si je suis à Bruxelles, je tente quand même des nouveaux trucs. Je ne suis pas accrochée à une enseigne. Je suis plus du genre à aller voir un peu partout.

Moi : Quelles sont les enseignes qui vous plaisent, que vous aimez particulièrement ?

Répondant : Pour la cuisine, les Secrets du chef j'adore. Home Cooking à Bruxelles, je ne connaissais pas beaucoup mais j'ai été voir et ça m'a beaucoup plu. J'adore les trucs de cuisine. Pour les vêtements, ça change souvent. J'aime bien Lola&Liza mais souvent après je vais changer d'enseigne et aller, par exemple, chez JBC, Zara. Pour tout ce qui est électronique et tout, ça dépend un peu des prix et souvent je vais laisser la parole à mon compagnon qui s'y connaît vu que c'est son truc. Pour les vêtements pour lui je sais où je vais précisément. C'est moi qui achète pour lui. Pour moi, je vais principalement chez Promod et Lola&Liza et pour le reste je vais voir en fonction de ce que je vais voir, de ce qui me plaît.

Moi : Qu'est-ce qui plaît particulièrement dans les enseignes que vous aimez ? Quels sont les éléments qui vous plaisent dans ces enseignes ?

Répondant : Pour les vêtements, je dirais le style. Je sais que c'est un style qui me plaît. Pour ce qui est de la cuisine, je dirais que c'est le professionnalisme de ce qu'on nous offre. Ce ne sont pas des bibelots. Alice Délice c'est des bibelots par contre, ce n'est pas de la qualité.

Alors que dans des grandes enseignes comme Home Cooking ou les Secrets du Chef on a l'impression d'avoir quelque chose de bien pour le prix qu'on paie. Je pense que c'est tout.

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne que vous aimez particulièrement ?

Répondant : Je m'inscris à la newsletter pour recevoir les nouveautés, les promotions. Par exemple, Lola&Liza, Promod, je reçois les nouveautés que je regarde attentivement. Les magasins de cuisine, je ne me suis pas inscrite à la newsletter par contre. Je préfère aller voir les nouveautés moi-même. C'est plus pour les vêtements que je fais ça. La cuisine, comme c'est une passion, je vais voir régulièrement en magasin, c'est un plaisir. Alors que pour les vêtements, je donne mon adresse mail et ils m'envoient les nouveautés pour que je les regarde. Mais ce n'est pas pour autant que je vais aller acheter les produits en magasin après. Je me dis parfois « Oh les couleurs sont sympas cette année. J'irais bien voir la semaine prochaine. » Et finalement, j'oublie et je n'y vais jamais. Je trouve que ça n'a pas beaucoup d'impact sur moi.

Moi : Allez-vous faire d'autres choses pour rester en contact avec les magasins que vous appréciez ?

Répondant : Je prends les cartes de fidélité aussi dans les magasins. Mais je les prends plus pour ne pas dire non à vrai dire. Je ne vais pas la demander de moi-même, c'est eux qui me la proposent. Ça ne m'intéresse pas beaucoup à vrai dire. Par contre, pour Les secrets du Chef, c'est moi qui ai demandé mais c'est le seul magasin. C'est parce que c'est un magasin que j'aime énormément. Pour les magasins de vêtements, je ne vais pas demander de moi-même vu que je n'ai pas vraiment d'attache et que je change beaucoup. Ça ne m'intéresse pas.

Moi : Qu'est-ce qui va faire que vous allez aller sur le site Internet d'une enseigne avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : Avant d'aller en magasin, j'irai peut-être sur le site Internet parce que j'ai entendu qu'il y avait des trucs sympas en discutant avec les copines. Si j'ai besoin d'une chemise, de vêtements, je vais aller voir ce qu'ils ont pour le moment en magasin et au final, je vais souvent oublier d'aller après en magasin. Après avoir été dans un magasin, si je vais sur leur site, c'est pour une question de taille ou parce qu'ils n'avaient pas le produit en magasin. À ce moment-là, j'achèterai le produit sur le site Internet. Parfois ils nous renvoient

dans un autre magasin mais plutôt que de me déplacer loin, je préfère commander sur Internet. Si c'est loin, ce n'est pas possible. J'habite Ottignies, ce n'est pas loin de Bruxelles. Mais si je dois aller jusqu'à Bruxelles pour trouver une chemise, je ne vais pas le faire. Je préfère aller sur le site Internet même si on doit payer des frais de port. Il ne faut pas qu'ils soient trop élevés non plus mais souvent c'est assez raisonnable quand même. Mais c'est plus facile de commander et de se faire livrer plutôt que de commencer à devoir se déplacer loin.

Moi : Et comment décririez-vous votre comportement en tant que consommatrice ?

Répondant : Je ne suis pas une consommatrice impulsive. Justement, j'ai les pieds sur terre. Je regarde tous les avis sur un produit, les prix et ce n'est que si j'ai vraiment ce qu'il faut que je l'achète. Pour ça, je suis assez fière de moi, je trouve que je ne suis pas impulsive. Je vais beaucoup comparer avant d'acheter un produit.

Moi : Et ça pour toutes les catégories de produits ?

Répondant : Pour les vêtements, c'est la même chose. Pour les chaussures, c'est un peu différent. Mais je sais que comme je n'en achète pas beaucoup je peux me permettre un plus gros budget. Mais c'est quand même réfléchi. Je ne vais pas acheter 30 paires de chaussures par an. Je ne fais jamais d'achats compulsifs quel que soit le produit.

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous pourriez utiliser plusieurs canaux (Internet, magasin, application, ...) lors d'un processus d'achat ?

Répondant : Je vais aller en magasin pour avoir des informations du vendeur que je n'aurai pas sur Internet. Parce que j'ai réfléchi entre temps et que je me dis que je vais quand même acheter le produit et comme je n'ai pas envie de retourner jusqu'au magasin, je vais acheter le produit en ligne. Je vais aussi faire ça pour comparer les prix mais si c'est dans le même magasin ce n'est pas le même. Pour essayer de trouver le meilleur prix. On a parfois l'impression que sur Internet c'est moins cher. C'est super facile je trouve, on trouve directement moins cher. On sait directement faire la comparaison et voir qu'on peut trouver la même chose pour moins cher alors que si on doit commencer à faire tous les magasins pour connaître le prix du produit dans chaque magasin ça va prendre du temps. Il n'y a rien à faire, Internet, c'est plus rapide. Mais ça n'empêche pas que je vais quand même toujours aller en magasin pour voir certains produits, acheter certains produits et avoir des conseils des vendeurs.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations. Je vous laisse les regarder. Mettez-les comme vous voulez et regardez bien les informations.

Répondant : La livraison gratuite, ce n'est jamais vraiment gratuit au final. Pimkie, je n'ai plus jamais été. Les concours de ce genre ça ne m'intéresse vraiment pas. Tout ce qui est concours, je ne lis jamais. Voilà voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu les publicités que vous venez de lire dans leur ensemble.

Répondant : On a des pubs pour les concours. On a les pubs qui explique comment gérer une commande en ligne. Attendez, je regarde. Je trie pour être sûre. On a des pubs qui parle du retrait de colis. On a des publicités qui sont là pour nous donner l'envie d'aller sur Internet. Ici on veut nous faire gagner des valises si on va sur Internet. Ça ne m'intéresse vraiment pas ça. L'idée d'avoir des magasins qui expliquent comment va se passer la livraison, s'il y a encore du stock, je trouve ça super intéressant. Je dirais donc qu'il y a des publicités qui veulent donner l'envie d'aller en ligne et d'autres qui expliquent comment ça se passe en ligne.

Moi : Et vous comment réagissez-vous généralement lorsque vous êtes confrontée à ce genre de publicités ?

Répondant : Tout ce qui est concours je ne regarde même pas. Je ne regarde jamais parce que je me dis qu'on ne gagne jamais. Puis je trouve qu'on perd son temps en faisant ce genre de concours. C'est vraiment le truc que je ne regarde pas. On est tout content et au final on n'a jamais rien. Ce qui donne envie d'aller sur Internet je vais regarder. Souvent je vais aller voir sur le site de l'enseigne. Je vais regarder si c'est comme en magasin, s'il y a des vêtements en plus que sur place. Les explications de Colishop, je ne regarde pas non plus ce genre de trucs. Je n'ai pas besoin d'aide en ligne donc je ne regarde pas. Ça par contre, voir si un article est disponible, je vais regarder. Je trouve ça super intéressant. Les soldes, New Look, je regarde mais je n'en fais pas une maladie non plus. Le truc avec les soldes c'est que je vais m'intéresser aux magasins qui me plaisent. Si c'est un magasin qui ne me plaît pas, je n'irai pas. Parfois, on a des spams d'un magasin qu'on n'aime pas trop, ça je ne vais pas regarder. Mais quand ce sera un magasin que j'aime bien, je vais regarder. Je connais mon style et donc je sais les magasins qui me conviennent ou pas. La livraison gratuite en magasin ça me fait rire parce que ce qui est bien avec Internet c'est qu'il ne faut pas se bouger. Alors s'il faut commencer à aller en magasin pour aller chercher son produit, je ne vois pas trop l'intérêt de commander sur Internet.

Moi : Et à votre avis, pourquoi les enseignes vont faire revenir les clients vers le magasin ?

Répondant : Pour essayer de lui vendre d'autres choses. Ça en général, ça me fait rire. Et alors ici, livraisons et retours, quand je reçois des trucs comme ça je me méfie. Je crois que c'est un défaut dû à ma formation de juriste. Tout ce qui remboursements ça va plus me faire peur parce que je suis quasi sûre que ce n'est pas vrai. Donc je vais faire attention à ce que cette situation ne m'arrive jamais.

Moi : Avez-vous déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour renvoyer leurs clients sur différents canaux ?

Répondant : Oui j'ai déjà remarqué ça pour des vêtements. Dernièrement, je crois que j'ai eu un mail de Naf-Naf (c'est aussi une marque que j'aime bien) qui disait « Venez en magasin voir notre nouvelle collection ». Ils renvoyaient aussi vers le site mais il y avait quand même cette phrase « Venez en magasin ». Ils ne disaient pas d'aller sur le site. Ils renvoyaient vraiment d'Internet vers le magasin.

Moi : Et vous, que pensez-vous de ça ? Que pensez-vous du fait de renvoyer d'un canal à un autre comme cela ?

Répondant : Je trouve ça sympa mais au fond ça ne m'influence jamais. Je ne suis pas du tout influençable par ce genre de trucs. Peut-être qu'inconsciemment je suis influencée par cela mais je ne le sais pas. Par exemple, même si j'ai reçu cette publicité de Naf-Naf me disant d'aller en magasin, je n'ai pas été. Si Promod me dit « On a des autres bijoux en ligne », je n'ai pas été voir non plus. J'ai l'impression que j'agis en fonction du moment. Si j'ai envie d'aller voir, j'irai mais sinon non.

Moi : A votre avis pourquoi les enseignes renvoient-elles comme cela d'un canal à un autre ?

Répondant : D'Internet vers le magasin je dirais qu'on va acheter très facilement. Si le magasin renvoie vers Internet c'est parce qu'il sait que le clic est plus facile que de payer avec sa carte de banque. Si Internet renvoie vers le magasin c'est parce que ce qu'on voit en magasin, en vrai c'est différent de ce qu'on voit sur l'écran. Il y a peut-être de choses qui vont donner envie en magasin et donc on va peut-être plus facilement acheter. Je pense que c'est pour ça.

Moi : En fonction de ce dont on vient de parler (canaux, Internet, magasins, ...) pourriez-vous faire deux tas avec les publicités ?

Répondant : ça, ça renvoie du magasin vers Internet. Ça aussi. Là c'est clairement pour aller acheter sur Internet, c'est le concept de Colishop. Mais on nous renvoie après en magasin pour chercher notre colis. Donc on est sur Internet et on nous renvoie en magasin. C'est plutôt l'inverse de l'autre tas ici. Tout ce qui est livraison gratuite en magasin et payante à la maison c'est pour nous pousser à aller chercher notre colis en magasin et acheter là-bas en plus de préférence. On nous ramène aussi vers le magasin donc. Ici aussi avec la livraison de nouveau. Ça c'est sur Internet mais on nous donne rendez-vous dans un magasin. Il n'y en a pas beaucoup en fait qui renvoient en magasin. Ici aussi, si on gagne le concours on doit retourner à la pharmacie. Mais avant cela, on doit aller sur Internet mettre le code et c'est seulement si on a gagné qu'on doit retourner en magasin donc ce n'est pas sûr. Je suis surprise. Je ne pensais pas que les enseignes renvoyaient autant vers le magasin. Je n'avais jamais fait attention. Je me rends compte qu'inconsciemment, j'y étais confrontée.

Moi : Donc résumez-moi un peu ces deux tas.

Répondant : Ici on est directement plus en ligne. On nous invite d'ailleurs à aller sur Internet et pas spécialement en magasin. On nous renvoie sur Internet. Et l'autre tas, on nous invite à aller en magasin alors qu'on est sur Internet.

Moi : Et vous vous êtes plus du genre à faire quoi ?

Répondant : Si le magasin me renvoie sur Internet alors que je suis en magasin, ça va me paraître bizarre. Je ne vois pas l'intérêt. Si par contre, Internet me renvoie en magasin je vais me dire qu'il y a peut-être intérêt à aller en magasin et que je me déplace pour aller en magasin.

Moi : Et donc qu'est-ce qui vous intéresse le plus ?

Répondant : Aller d'Internet au magasin et pas l'inverse je dirais. Ça m'arrive rarement de faire l'inverse même si ça arrive.

Moi : La communication qu'une enseigne va pratiquer est très importante. Selon vous, quel rôle la communication d'une enseigne va jouer sur le canal qu'un consommateur va choisir pour s'informer sur un produit ou pour acheter un produit ?

Répondant : Maintenant, on voit beaucoup des publicités sur les réseaux sociaux. Ça je trouve ça bien si on a des marques plus jeunes comme Superdry. C'est bien pour attirer les jeunes je trouve.

Moi : La publicité sur les réseaux sociaux vous en pensez quoi ?

Répondant : ça attire plus facilement mon œil que les mails que je reçois par exemple. J'ai plus tendance à lire les publicités sur les réseaux sociaux alors que par mail, je vais juste regarder le titre puis effacer le mail. Sur Facebook par contre, je regarde la pub. Si je vois des chaussures, je regarde. Si je vois des magasins de déco, je regarde. Je sais que c'est basé sur ce qu'on regarde sur Internet donc je trouve que ce n'est pas sympa, que c'est de la manipulation. Mais je regarde quand même. Mon œil est plus attiré sur les réseaux sociaux. Je ne dis pas que je vais spécialement en faire quelque chose mais je vais regarder.

Dernièrement, il y avait les chaussures « Asos » et je trouvais qu'elles étaient sympas. J'ai été sur le site mais je n'ai rien acheté parce que je n'avais rien besoin. Mais je suis certaine que si j'avais eu besoin de chaussures j'aurais acheté là. Et j'avais vu la publicité sur Facebook. C'est mal hein ?

Moi : Et donc selon vous, quel rôle la communication va avoir sur le canal que le consommateur va choisir pour s'informer ou pour acheter un produit ? Vous, par exemple, de quelle manière une enseigne pourrait-elle communiquer vers vous pour que vous alliez plus sur Internet ou plus en magasin ?

Répondant : Je suis très difficile. Les concours ça ne marche pas pour moi. Quand c'est pour des habits, c'est plus les nouveautés, les nouvelles collections qui vont m'intéresser. Ça je vais regarder. Je pense que communiquer autour des nouveaux produits serait une bonne solution pour moi car c'est souvent les nouveautés que je regarde. Pour la cuisine, c'est le même en fait. Les promotions ça ne m'intéresse pas énormément. Je vais regarder les promotions mais ce n'est pas ça qui va m'attirer. C'est vraiment en communiquant autour des nouveaux produits que ça m'attirerait.

Moi : Est-ce que vous pensez que la manière dont une enseigne va communiquer vers vous aura une influence sur le fait que vous alliez en magasin ou plutôt sur Internet ?

Répondant : Je pense que pour un consommateur lambda oui. Mais moi ça ne va pas changer mes idées. Mais je suis certaine que pour d'autres consommateurs ce genre de publicités aura

une influence sur le canal que certains consommateurs vont choisir. Je pense que certains consommateurs sont plus influençables et sur qui ça va marcher. Je connais des personnes pour qui les concours ça les pousserait à choisir un canal ou un autre. Mais moi ça vraiment pas. Les alertes aux soldes ça ne m'intéresse pas mais les nouveautés ça oui, peut-être. Je sais qu'en cuisine, si j'ai des informations sur les nouveautés, je vais me bouger, je vais aller voir sur place. Alors qu'en voyant les alertes aux soldes, je n'irai pas voir. Si j'ai des infos sur les nouveautés vêtements, j'irai plutôt sur le site Internet. Ce n'est pas le même. Je pense que ça dépend de l'intérêt que j'ai pour le produit. Je vais sur le site pour voir les produits, voir si les nouveautés sont vraiment intéressantes voir si la collection est bien mais pas pour acheter. Si je vois que la collection me plaît, j'irai alors en magasin pour voir ce que ça donne en vrai. En fonction des produits, ça va être différent pour moi.

Moi : Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré.

Répondant : Avec plaisir.

Entretien de Alain (63 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire de fin d'étude, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. J'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui vise à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Répondez simplement ce que vous pensez, ce que vous ressentez.

Je vous remercie d'avance pour le temps que vous allez me consacrer.

Tout d'abord, nous allons parler des habitudes sur Internet. Combien de temps passez-vous en moyenne par jour sur Internet ?

Répondant : Une demi-heure voire une heure.

Moi : Décrivez la dernière fois où vous êtes allé sur internet ?

Répondant : J'ai été sur des sites, par exemple Nikon, où j'essayais de capter un logiciel gratuit. Ça fait deux jours que j'essaye et c'est échec sur échec. Je suis tout à fait perdu. Il y a des questions, des endroits où il faut cliquer et je ne comprends pas tout. Je clique peut-être au hasard et je n'arrive jamais à avoir le logiciel sur l'ordinateur. C'est énervant.

Moi : C'est toujours comme ça quand vous allez sur internet ? C'est toujours pour rechercher quelque chose ?

Répondant : Oui c'est principalement pour la photographie. Je navigue un peu à gauche et à droite ou pour les vacances etc. Je n'ai pas encore réservé des vacances par ordinateur et je n'ai pas encore fait des achats par ordinateur. Les achats, c'est parce que je suis « soupçonneux » donc j'ai toujours peur qu'il y ait une interférence et que quelqu'un vienne s'immiscer comme ça et fasse des dégâts. C'est la même chose pour les paiements à la maison donc les paiements domestiques, je fais des paiements surtout Bancontact à la banque. Ici, au bureau je le fais car je sais que c'est sécurisé au maximum. A la maison, j'ai Bitdefender qui évite tous ces problèmes-là, je sais que c'est sécurisé au maximum avec Bitdefender. Je suis réticent. Ça fait un an que j'ai un ordinateur à la maison, je suis un jeune utilisateur malgré mon âge. J'ai toujours peur. Quand je le fais au bureau, je vais très vite car parfois les sessions se coupent. On m'a dit qu'il n'y avait pas de danger que quand c'est coupé au niveau de l'écran c'est coupé aussi au niveau du lien. Ça m'a un peu rassuré car on est plus vieux, on est plus lent. On fait des virements, on a un laps de temps déterminé et puis hop, c'est

terminé, on a dépassé le temps imparti. On supprime le lien. C'est toujours embêtant quand on est au milieu d'une opération, quand on fait un virement, c'est ça qui me dérange beaucoup.

Ici, le fait de ne pas avoir un logiciel pour la photographie ou autre, ça m'énerve. Donc, je ne sais pas me connecter valablement. J'ai déjà écrit par exemple à Nikon. Dans le temps, on vendait le logiciel sur un CD, c'était bien plus simple. Ils ne le font plus car les gens le copiaient et c'était un manque à gagner pour la société. Quand on veut un logiciel chez NIKON ou CANON, c'est par un lien internet qu'on l'a. Si ça continue, soit je ne fais plus de photographie, soit j'en fais comme à l'âge antique. Je reviendrai au vieux système. C'est pour vous situer ma grosse préoccupation. J'y arriverai mais pour le moment, ça ne va pas.

Moi : Quand vous allez sur internet, quel support utilisez-vous ?

Répondant : Uniquement l'ordinateur, j'ai un téléphone avec un écran, je pourrais aller voir mes mails mais je ne le fais pas non plus.

Moi : Vous allez uniquement sur l'ordinateur pourquoi ?

Répondant : Je suis plus à l'aise, c'est une meilleure lecture sur un écran plus grand. Une question de confort.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un appareil électronique, par exemple un appareil photo, comment allez-vous vous y prendre ?

Répondant : Je vais sur le site officiel.

Moi : Donc vous allez sur Internet ?

Répondant : Oui, il n'y a plus de photographes.

Moi : Peut-être en magasin qui vendrait des appareils photo ?

Répondant : Il y en a dans les grandes surfaces mais là il n'y a pas de service. Un ami me disait dernièrement, quand je lui ai dit « acheter sur internet, c'est une perte d'emploi et un manque à gagner pour les magasins » mais il m'a dit « quand je vais dans des magasins, même des magasins spécialisés, les gens n'en savent pas plus que moi. Donc j'aime autant tenter ma chance sur internet où c'est moins cher ». Il est vrai que lui est informaticien et ça ne présente aucune difficulté.

Je vais sur internet où je vais voir le produit et où il y a l'information sur les sites officiels et puis on me renseigne tous les magasins susceptibles de vendre le produit. Ça Nikon le fait. Ce sont des gens qui sont agréés. Alors de fil en aiguille, on consulte ces magasins-là, les propositions de vente et naturellement, on peut aller sur eBay, etc. Ça c'est de l'occasion. Il y a d'autres services que l'on peut trouver. Je vais principalement là-dedans.

Moi : Après vous allez en magasin ? Vous allez acheter le produit en magasin ?

Répondant : De préférence, je prends l'information sur internet et j'achète en magasin car j'ai des difficultés de connexions avec internet ou quand ce n'est pas possible, je demande à un collègue de faire l'opération, de payer car il a un service PayPal, une carte qui garantit en cas d'intrusions malsaines, une sorte d'assurance et il fait le paiement pour moi et je le rembourse.

Moi : Donc vous ne faites pas vous-même le paiement sur internet ?

Répondant : Je délègue ça à un collègue pour une raison de sécurité et de difficultés de connexion. A l'extrême, je pourrais le faire moi-même car j'ai quand même Bitdefender. Je pourrais me risquer à la faire. Quand bien même un jour j'y arrive, je crois que l'ordinateur est en ordre avec Bitdefender mais la connexion, je ne sais pas. Je suis peut-être un des rares clients à avoir ce problème- là donc ils s'en moquent peut-être. Voilà ils perdent peut-être un client

Moi : Et donc internet va quand même intervenir dans le cadre de votre processus d'information ?

Répondant : Internet, ce n'est pas tellement pour acheter que je l'utilise. Je l'utilise pour m'informer. Je l'utilise pour la culture générale donc principalement l'histoire, les dictionnaires et les traductions, c'est une masse d'information. Je ne suis pas mécontent de l'avoir. Quand je pense à quelque chose, j'aime bien les livres qui sont sortis récemment, je vais sur internet. Je peux le demander à la librairie mais elle va regarder de toute façon sur internet, ça revient au même. Ça, je sais le faire quand même. Il n'y a pas de risque et pas de connexion.

Moi : Si vous devez acheter un autre produit d'une moindre valeur, par exemple, un vêtement allez-vous agir de la même façon ?

Répondant : Les vêtements certainement pas. Il faut que je les essaye, les chaussures également. Je ne suis pas de ceux qui vont chercher le quotidien sur internet. Il faut quelque chose qu'on ne trouve pas en magasin. Pour un livre, il y a l'odeur et l'ambiance de la librairie, il y a le libraire qui me donne des informations. Ils lisent les livres et mettent un résumé. Il peut y avoir ça sur internet également mais bon. Ce serait faisable mais je préfère le contact chaleureux, humain.

Moi : Vous allez vraiment sur internet pour des produits que vous ne trouvez pas en magasin ou pour avoir des informations ?

Répondant : Les photographes il y en a de moins en moins, donc je vais sur internet et parce ce que le fabricant nous pousse à aller sur internet car il n'a plus de marchandises. C'est du virtuel. Il faut aller chercher les logiciels sur internet parce qu'on n'a pas le choix

Moi : Décrivez-moi votre dernier shopping en magasin ?

Répondant : Je ne vais pas vous parler de la pharmacie. Une chemise, je me suis ravitaillé en chemises à l'INNO.

Moi : Comment vous y prenez-vous généralement lorsque vous faites du shopping ?

Répondant : Je ne fais pas du lèche vitrine, je connais l'étage. Ce que je regrette c'est qu'on n'a pas systématiquement quelqu'un qui vient mesurer la taille du cou. Mais bon, je sais à peu près ce que je dois prendre et je demande toujours si je peux rapporter le produit si ça ne va pas. On me dit oui. Je suis rassuré, je l'essaye à la maison.

Moi : Vous l'essayez à la maison, pas en magasin ?

Répondant : Rarement, ça m'est déjà arrivé d'essayer en magasin, c'est rare. Un pantalon et les vestes oui, j'essaye quand même en magasin. Ici, les chemises je savais à peu près que ça allait aller.

Moi : C'est toujours comme ça que vous procédez quand vous allez dans un magasin ?

Répondant : Toujours. Si je trouve ce qui me convient, je l'achète. Je vais à l'essentiel. Je pourrais me laisser tenter par une paire de chaussettes si j'achète une chemise mais c'est rare. Mes achats sont bien programmés.

Moi : Et pour ce qui est des courses alimentaires ?

Répondant : Alimentaire, c'est simple. Jusqu'il y a un mois je faisais rarement les courses alimentaires mais comme ma compagne a été opérée je les ai faites moi-même. J'ai dû apprendre à circuler dans les rayons et à rechercher les produits. Ça n'a pas été facile du premier coup mais maintenant je trouve facilement, dans le même magasin, je sais où les produits se trouvent. Et je prends ce que j'ai besoin. Je fais une liste car ma mémoire est ce qu'elle est. Je mets sur papier ce qu'il manque. Je mets un papier sur la table et je le fais systématiquement. Je le mets à vue et quand je constate que quelque chose manque ou diminue fortement, je le note. Ma compagne fait comme ça aussi. Je n'aime pas aller dans les magasins et me dire « ah, tiens, je prends ça ». Je prends ce dont j'ai besoin.

Moi : On va imaginer que vous ayez noté quelque chose sur votre liste de courses et vous ne le trouvez pas en magasin ?

Répondant : Je serai très énervé. Je vais reporter si ce n'est pas urgent aux courses de la semaine suivante. Si c'est urgent, je vais faire un autre magasin. Je vais quand même demander aux vendeuses, si on les trouve !

Moi : S'il n'y a plus le produit, vous êtes prêt à vous déplacer dans un autre magasin ?

Répondant : Oui, hier par exemple, j'ai dû faire 4 boulangers pour trouver un pain parce que j'ai fait mes courses à 7 heures du soir. Tout était fermé ou il n'y en avait plus.

Moi : Est-ce vous avez déjà effectué des achats sur internet ?

Répondant : Personnellement non mais par le biais d'un collègue.

Moi : Vous avez déjà eu des produits qui venaient d'Internet ?

Répondant : Oui mais par le biais d'un collègue.

Moi : Expliquez comment vous agissez ?

Répondant : Quand je recherche un produit, ce n'est pas parce que je vais le voir à l'écran. C'est parce que j'ai besoin d'un produit, que je regarde le site et je demande à un collègue, je lui donne l'adresse et le lien et j'assiste avec lui à l'opération et c'est lui qui fait le paiement bancaire et ce, pour des raisons de sécurité.

Moi : Quel est le genre de produits que vous avez déjà achetés, commandés par le biais de collègues ?

Répondant : Des objectifs photos, ce qui est en rapport avec la photo. Des vacances avec Ryanair. Je n'ai pas fait le paiement moi-même. Est-ce que je m'y serais risqué ? Avec des grosses compagnies c'est plus rassurant.

Moi : Vous auriez plus tendance à payer un billet d'avion vous-même qu'à le faire vous-même ?

Répondant : Si je ne rencontre pas de difficultés et que tout s'enchaîne et que j'arrive au dernier écran qui me dit paiement avec visa, il est possible que je le fasse mais pour des raisons de sécurité, si je n'ai pas des intermédiaires qui sécurisent le paiement, je ne vais pas m'aventurer. Il y a déjà eu des problèmes mais alors il y a des assurances et les gens sont remboursés. Avec Visa, je ne sais même pas si je peux le faire. Il faut donner des chiffres des numéros secrets. Je doute que je l'ai fait directement, c'était par mon collègue. Sinon hormis ce ticket Ryanair, je vais en agence.

Moi : Vous préférez aller en agence ?

Répondant : Oui, car par exemple, il fallait un document pour aller aux USA et la dame l'a fait sur son ordinateur. C'était un travail en moins à faire pour moi. Pour la commission, je pense que les agences prennent 3% mais il paraît qu'internet, on paie aussi. Ils se payent par la publicité. Si la commission est la même, je préfère aller dans une agence, c'est leur métier. Il paraît qu'il y a de plus en plus de gens qui reviennent vers les agences. Par exemple, lorsque j'ai fait la réservation de Ryanair, je n'ai eu le ticket que 4 jours à l'avance, ce qui est énervant. Beaucoup de gens ont eu cette blague-là mais il paraît que c'est normal. On pense qu'on a peut-être été oublié tandis qu'en agence il y a quand même une garantie, on vous donne un coup de fil et vous venez chercher le ticket. C'est plus sécurisant et confortable.

Moi : Combien de fois achetez-vous par an par le biais de vos collègues ?

Répondant : Une fois par an.

Moi : Qu'est-ce que vous n'aimez pas sur internet ?

Répondant : L'insécurité et puis si on commence à avoir des villes qui se dépeuplent et qu'il n'y a plus d'enseignes commerciales, ça va être lugubre. L'insécurité d'Internet et la manipulation des logiciels pour arriver à acheter voilà ce que je n'aime pas, ça me crispe et même ça me fâche d'être coincé comme ça, il y a une certaine impuissance à ne pas pouvoir l'utiliser, ça me vexe aussi. Si absolument, je dois passer pour internet, pour avoir quelque chose, je ferai le nécessaire, j'irai à gauche et à droite pour qu'on m'aide. Je ne rejette pas internet mais je suis encore vieille France.

Moi : Est-ce qu'il y a quelque chose qui vous plaît pour acheter un produit par internet ?

Répondant : Oui, à partir du moment où on ne le trouve pas autre part. Dans le domaine de la photo, j'ai pu m'acheter un flash qui venait de Hong Kong. Il y 20 ans, je n'aurais jamais pu acheter cet objet sans me déplacer là-bas. Les liaisons sont ultra-rapides et quelques jours après vous recevez l'objet. C'est vraiment la mondialisation. En tant que client, c'est vrai, on commande on reçoit vite.

Moi : Qu'est-ce que vous aimez dans le fait d'acheter plutôt en magasin ?

Répondant : Je peux le voir, le vérifier, le manipuler, voir si tout est en ordre. Il y a aussi le plaisir de l'achat. Acheter en voyant une image ou quelque chose qu'on peut manipuler, il y a un certain plaisir. Exemple, un livre, je vais le prendre en main, lire le résumé, quelques lignes sur l'auteur, le remettre, en prendre un autre. J'aime me promener dans les rayons d'une librairie. C'est tout à fait différent. J'avais acheté un appareil photo, il y avait des photos pour prouver que l'objet était dans un bon état. Il paraissait impeccable mais quand il est arrivé, il était quand même griffé. Il y a toujours un risque même si des sites comme Amazon donnent des étoiles concernant l'évaluation du vendeur. Certains ne mettent pas qu'il y a des griffes. Je ne les avais pas vues sur l'écran, c'est un risque.

Moi : Qu'est qui vous plaît moins dans fait d'acheter en magasin, les inconvénients ?

Répondant : De faire la queue, de patienter, de supporter les conversations des gens devant vous qui vous font perdre du temps. Quand on va dans les grandes surfaces, si on veut un conseil, il faut se lever tôt. Neuf fois sur 10, les employés ne savent pas. Ils vendent c'est tout. Ils ne vont pas discuter du produit, ils ne comprennent pas le fonctionnement d'un appareil photo. Tandis qu'un vrai libraire, il sait ce qu'il vend, il peut informer.

Moi : Comment allez-vous choisir les enseignes où vous allez acheter les produits ?

Répondant : Jamais le tape à l'œil. Le confort intervient. Si j'achète des chaussures, je suis limité, j'irai dans telle enseigne car j'ai besoin de semelles amovibles car j'ai problèmes orthopédiques. Je n'ai pas le choix. Pour les vêtements, je n'ai pas de magasin de prédilection. Mais si je vais faire un tour pour gagner du temps et que je dois voir des livres et des photos, il y a la FNAC mais c'est quand je vais à Bruxelles ou à Liège. Là, je sais qu'il a des chances de trouver certains objets que j'achèterai. Je ne sombrerai pas dans l'achat mais je pourrais me laisser tenter et influencer. Si je dois aller acheter certaines galettes, je vais aller chez Normandie à Jambes. Pourquoi aller autre part et se casser la tête ? C'est une enseigne, assez bonne en pâtisserie, je sais que là je trouverai ce que je désire. Ça m'évite de faire d'autres boulangeries. Effectivement, il y a certaines enseignes et marques que je préfère.

Moi : Vous allez généralement toujours choisir les mêmes enseignes ?

Répondant : Oui, Je vais peut-être me hasarder à aller voir dans d'autres enseignes mais 9 fois sur 10, je reviens finalement vers celles que j'ai quittées.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Finalement je me rends compte qu'elles étaient mieux.

Moi : Qu'est-ce qui vous plait dans les enseignes que vous affectionnez particulièrement ?

Répondant : C'est de trouver ce que je souhaite trouver, le reste mon dieu c'est un peu secondaire. Ce qui me plait c'est qu'il y ait une vendeuse charmante avec un beau sourire etc. Je ne sais pas exactement le sens de ta question. Bon, si je vais dans un resto, je ne dirais pas que je fais attention aux murs etc. mais il y a un minimum de convivialité, un minimum de propreté par exemple aussi, ça on ne voit ça que dans les toilettes, si les toilettes ne sont pas très propres, pourquoi la cuisine et le restaurant le seraient ? Mais ça ne me dérange pas de manger dans des restaurants asiatiques où là il fait franchement sale. Mais je paie moins cher et je m'en fou pas mal. Mais si je vais dans un restaurant gastronomique et que je constate que ça n'est pas propre, il n'y a aucune raison que j'y aille et que je mette un prix. Bien sûr, il y a le contenu de l'assiette, on peut faire abstraction de cela, il faut vraiment que ce soit sale, on y va quand même pour manger.

Moi : Qu'est-ce que vous allez mettre en place pour rester en contact avec les enseignes que vous aimez bien ?

Répondant : En fait, l'affiliation non. Les cartes de fidélité, ... Je refuse pour la bonne et simple raison que mes achats sont étalés dans le temps que je perdrais la carte, ... Que je sois repris dans un ordinateur, oui d'accord. On m'accorde des petits points supplémentaires. J'ai des cartes de fidélité mais 9 fois sur 10 quand je vais dans les magasins, je ne l'ai pas sur moi, me fidéliser oui mais pas systématiquement.

Moi : Vous-même est-ce vous aller donner par exemple votre adresse email pour être au courant des nouveautés ?

Répondant : Rarement sinon on est assommé de mails etc. Je l'ai fait mais j'ai dû me désinscrire, ça ne marche pas toujours, parfois ça revient. Donc là comme par exemple, les services au point de vue énergie et autre, par internet, dernièrement, j'ai dû louper le paiement de la facture. On m'avait envoyé une facture internet, je n'ai pas fait attention tellement il y avait des VOO, Electrabel, c'est la première fois en 40 ans que je recevais un rappel. Pourtant j'avais précisé avec VOO dans le contrat que je désirais des factures papiers parce que là je fais attention et il n'y a pas d'erreur, je n'oublie, pour ainsi dire, jamais. Mais là, il a fallu que je me désinscrive pour ne plus avoir cette lettre par internet, c'était toute une histoire donc ça m'exaspère un peu. La facture ne vient pas par internet. Ça je n'aime pas et la publicité encore moins, c'est « delete » directement. Je ne regarde même pas quand je devine. La facture j'ai cru que c'était une publicité mais ce n'était pas le cas, ils ne m'ont pas prévenu naturellement.

La publicité n'a pas d'emprise sur moi, pas aucune, mais pas beaucoup. Quand j'étais jeune, peut-être que je me laissais influencer, que j'enviais, que je désirais avoir ceci ou cela mais à 63 ans...

Moi : Qu'est-ce qui fait que vous allez sur le site d'une enseigne après ou avant d'aller en magasin ?

Répondant : Avant d'aller en magasin, je vais voir sur internet éventuellement pour voir s'il y a des stocks mais c'est vraiment exceptionnel, je ne sais même pas si j'aurais le réflexe d'aller voir sur internet, ce n'est pas un automatisme plutôt l'inverse, aller en magasin voir un produit, réfléchir, hésiter, se poser des questions et puis aller sur internet pour avoir un complément d'information. Ça doit m'être arrivé d'aller dans un magasin et après d'aller sur internet. Soit, j'oublie de la demander soit l'information n'était pas suffisamment précise, soit, on m'a donné l'information et dans le bruit et la distraction, j'en ai perdu une partie. Quand je postpose un achat, je rentre à la maison et je ne sais plus ce que m'a dit le vendeur, pour ne

pas l'embêter une seconde fois, je vais essayer de capter l'information par ordinateur pour remplacer celle que j'ai perdue si ça ne se fait pas, je retourne. C'est déranger mais c'est leur métier.

Moi : Comment est-ce vous vous décrieriez comme consommateur ?

Répondant : Comme mauvais consommateur. Je suis un bon consommateur parce que je ne consomme pas beaucoup mais pour la partie adverse, je suis un mauvais consommateur. Je n'achète pas grand-chose, que ce qui est vraiment utile. Il peut m'arriver d'acheter quelque chose qui s'avère finalement inutile ou quelque chose qui est détruit ou s'abîme après 15 jours et que finalement je n'aurais pas dû acheter ça, ça ne servait à rien C'est pour des petits gadgets que je pense être utiles dans le travail et qui finalement s'avèrent mauvais, pas très solides.

Moi : Qu'est-ce qui pourrait vous pousser à utiliser plusieurs canaux dans un processus d'achat ?

Répondant : L'information. Le fait d'avoir plus d'information de comparer par internet. Oui l'hésitation. On peut hésiter quand on est dans le magasin. Par exemple, je veux un objectif 25 mm mais je vais prendre l'information à la maison, je vais me dire est ce qu'il ne faudrait pas mieux prendre un 105 ? Je vais voir sur internet s'il y a des occasions, la liste des prix avec les occasions. Si l'achat est défini, je vais retourner en magasin et l'acheter, peut-être que je vais donner avant un coup de fil pour le réserver et l'acheter le samedi quand j'ai le temps de me déplacer. Voilà je fonctionne un peu comme ça mais pas pour les vêtements. Là c'est directement en magasin, je ne passe pas par internet.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, vous les mettez comme vous voulez.

Répondant : Ça, ce sont les vêtements, les vacances, le shopping à domicile, on achète en ligne on reste à la maison. C'est Carrefour, c'est le seul magasin où j'ai pris dernièrement une carte de fidélité car c'est là que l'on fait les courses alimentaires, c'est aussi Mestdagh ça fonctionne partout. Ça ce sont les chaussures, je le connais, ceci c'est le même magasin et ici ce sont les soldes, très peu pour moi. Ça, je ne connais pas, on commande et on va chercher en magasin.

Moi : Décrivez-moi, en globalité, ce que ces publicités veulent en général ?

Répondant : Elles veulent l'argent, je ne dirais pas qu'elles sont mensongères, ce que je constate, ici, c'est plus un concours, on sait ce qu'on achète, et ici un peu aussi. Le reste c'est vraiment général, ici ce sont des vêtements, des chaussures, ici une grande surface donc il y a un peu de tout, ici je ne sais pas.

Moi : C'est Collishop

Répondant : C'est la poste ?

Moi : Non c'est Colruyt.

Répondant : Ici, *retrait en magasin d'accord*. Qu'est-ce qu'on vend ? Ça me désarçonne parce ce que je ne vois pas les produits tels quels, la partie visuelle.

Moi : Vous avez besoin de voir ?

Répondant : Oui tâter etc.

Moi : Comment réagissez-vous à ce genre de publicité ?

Répondant : Elle ne m'aura pas, je ne passe pas mon temps à les regarder, je sais qu'il n'y a rien derrière. Ici, naturellement ça me fait penser un peu aux vacances etc. mais ça me laisse de marbre. *Envie de prolonger votre shopping à domicile*, surtout pas, je me repose à la maison. *Votre voix est importante*, les soldes, je n'y vais jamais. J'y été quelques fois il y a 20-30 ans d'ici, j'ai été écrasé par une horde de femmes, il fallait fouiller, on arrive trop tard, on n'a pas les tailles qui nous conviennent, je fais des soldes quand ça se prolonge. Comme consommateur, je vais profiter des soldes pour les chemises ou par exemple, un objectif, une paire de chaussures mais je ne vais pas aller faire les soldes pour le plaisir. C'est pour les femmes, pour les petits enfants qui grandissent vite mais moi je ne stocke pas pour utiliser.

Colruyt, j'y suis allé de temps en temps, il y a des histoires qui sont moins chères en grande quantité. Colruyt, c'est principalement quand on part en vacances et qu'il faut des bics pour les enfants c'est moins cher, je prends des paquets et c'est distribué. Bioplanet, je suis allé pour la première fois hier. Pour acheter quelque chose de précis, X. m'a dit que la chicorée, pour remplacer le café, était bonne. J'avais regardé les produits. Je voulais un pain il me paraissait bien cher, il n'y avait pas le pain qui me convenait. Je n'ai même pas déambulé, ça ne m'intéressait pas, je n'éprouvais pas l'envie d'acheter quelque chose. C'est du bio etc.,

mais peu importe. J'avais deux achats à faire sur mon papier le pain et la chicorée, je suis sorti avec la chicorée, le pain, je l'ai trouvé autre part. A ce moment, je me suis dit il me manque des oranges, je me suis dit je vais en prendre deux, trois pour éviter de retourner au Carrefour, je vais les acheter là, même si elles plus chères. Il faut un peu raisonner.

Moi : Dans la vie de tous les jours quand vous être confronté à ce type de publicité, qu'est-ce que vous faites ?

Répondant : Ça dure 5 minutes, je pagine quand même.

Moi : Vous regardez quand même ?

Répondant : Pas tout. Je fais un classement. Tout ce qui est alimentation, à part ce qui est jardinage comme Brico etc., je feuillète. Le reste, je ne regarde même pas.

Moi : Même l'alimentaire ?

Répondant : Non, je ne vais pas couper les coupons de réduction etc., j'aime autant payer le prix plein.

Moi : Est-ce que vous avez déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour renvoyer leurs clients d'un canal vers un autre ?

Répondant : Non, Je n'ai jamais remarqué, forcément parce que je ne lis pas tout ça mais je ne suis jamais entré dans un magasin où on me dit qu'on n'a pas ça mais allez sur internet par exemple.

Moi : Est-ce qu'inconsciemment, vous n'avez pas remarqué que dans une publicité on essayait de vous renvoyer plutôt vers internet, plutôt vers le magasin ?

Répondant : Non.

Moi : Même dans les publicités ici ?

Répondant : Non.

Moi : Que pensez-vous des marques, des enseignes qui veulent renvoyer le client d'un canal à un autre ?

Répondant : Je n'ai jamais eu le cas. Ils essayent d'avoir une clientèle, ça c'est normal. Le chiffre d'affaires. Le but ultime c'est de vendre d'avoir du chiffre d'affaires et accessoirement pour certains de payer des impôts. Non ça ne me frappe pas, je n'ai jamais constaté cela.

Moi : Je vais vous demander de regarder aux différentes publicités. Où vous avez reçu ces différentes publicités ? Et essayer de voir en fonction de ce dont nous avons discuté, par exemple des différents canaux, si ces publicités ne vous disent pas d'aller quelque part.

Répondant : Non. Ici j'ai la publicité Carrefour.

Moi : Ici, vous vous situez sur internet plutôt ? Ça a été pris sur Facebook.

Répondant : Je reçois également une publicité Brico, je ne sais pas comment elle est venue sur mon ordinateur mais j'efface directement, ce sont des messages qui s'imposent et qui sont dangereux, je les « delete », je ne vais pas les ouvrir. Ici alors, les concours.

Moi : Vous êtes sur internet, et on vous dit d'aller où ?

Répondant : Rendez-vous dans notre hypermarché Carrefour pour tenter de gagner ce superbe appartement à la mer du nord pendant un an. On me renvoie vers le magasin pour acheter quelque chose et là, en fonction de ce que j'achète ou d'un grattage ou d'une quantité d'objets à acheter, il y a une certaine somme, on me donne probablement des billets de tombola et c'est tiré un mois après devant huissier etc. Etant peu chanceux et dubitatif, ça ne m'intéresse pas. Par contre, ce que j'ai fait la dernière fois chez Carrefour, on me donne deux jetons et je demande à la caissière, ce que je dois faire avec ça. Elle me dit, il y a une machine à la sortie, encore faut-il la voir. Elle me dit devant la caisse une telle. Et là, je suis allé un peu plus par amusement, vous mettez le jeton dans la fente et, celui qui était en face de moi place son jeton dans la fente et alors c'est comme le manchot, le jackpot, il avait 3 fois 10 euros, donc il avait gagné 10€. C'est amusant, on est au casino à Las Vegas, j'ai déposé mes deux jetons, je n'ai rien eu évidemment, je l'ai fait par plaisir pour rigoler.

Moi : On essaie de vous renvoyer vers quoi ?

Répondant : Vers le magasin.

Moi : Donc on essaie quand même de vous renvoyer d'un canal vers un autre ?

Répondant : Oui d'internet vers le magasin.

Moi : Et dans les autres publicités, vous voyez ça aussi ? Essayer de faire 2 tas. Là, par contre, c'est quelque chose que vous avez reçu où ?

Répondant : A la maison ou en magasin.

Moi : Et on vous renvoie où là ?

Répondant : À domicile, là c'est l'inverse.

Moi : On vous renvoie sur ? Si vous vous voulez prolonger votre shopping à domicile, vous devez aller où ?

Répondant : Sur internet, donc ça c'est plutôt l'inverse.

Moi : En fonction de ces deux publicités, essayez de faire deux tas.

Répondant : Il y a ceux-ci. *Comment améliorer votre expérience shopping ?* Donc ça c'est envoyer du magasin à la maison. Et ça c'est le même que ça. Alors Ici. Votre ticket de caisse. Allez sur internet alors. On l'a reçu au magasin et on doit consulter sur internet à la maison.

Moi : Là on est de nouveau sur les réseaux sociaux, donc sur internet, et qu'est-ce qu'on vous dit ?

Répondant : *C'est le meilleur moment de l'année pour les fashions, en quête de bonnes affaires, occasion en or pour refaire sa garde de robe, rendez-vous vite au magasin afin de découvrir.* Donc c'est d'internet au magasin. Avec celle-ci. Gratter et Gagner, consulter, donc là c'est d'internet, toujours gagnant mais c'est à la maison alors car on doit gratter sur internet.

Répondant : *Gratuitement en magasin*, il faut se déplacer pour avoir la marchandise, donc c'est internet-marchandise-magasin. *Livraison en magasin gratuite*

Moi : Et donc ici, pour résumer un peu, vous diriez que c'est plus ?

Répondant : Vers le magasin. D'internet au magasin.

Moi : L'autre tas alors, c'est plus l'inverse ?

Répondant : L'inverse alors du magasin vers internet.

Moi : Et vous, vous seriez plus du genre à faire quoi ?

Répondant : Si je devais avoir le cas, je reçois une publicité, c'est difficile à dire, est-ce qu'il y a plus de chances que j'aille en magasin voir ou acheter et aller chercher la marchandise en magasin ? Oui plutôt ça, je passerai quand même par le magasin.

Moi : Et donc vous savez qu'une enseigne doit communiquer autour de ses produits, de sa marque pour se faire connaître. Quel rôle va jouer la communication sur le canal que va choisir un consommateur pour s'informer ou pour acheter un produit ? Par exemple, vous qui n'aimez pas acheter sur internet, comment une marque pourrait communiquer avec vous pour que vous ayez plus envie d'acheter sur internet ? Qu'est-ce qui pourrait vous influencer ?

Répondant : Pas grand-chose. Je n'irais pas très facilement sur internet.

Moi : Les concours, ce n'est pas quelque chose qui vous intéresse ?

Répondant : Non, on a une chance sur un million, on ne sait jamais qui gagne. Non, je ne vois pas.

Moi : Comment une marque peut communiquer pour influencer ses consommateurs, pour envoyer plus vers le magasin ou envoyer plus vers internet ? Peut-être pas vous spécifiquement. Vous, vous ne serez pas influencé ?

Répondant : Je serai peut-être soupçonneux, ne fusse que de la démarche. Comment on pourrait faire ? Le téléphone par exemple. Oui, il y en a quand même pas mal qui vendent des histoires. Allez voir sur internet et vous aurez, ils font l'amorce, il y a encore des gens qui écrivent, des gens pour des radiateurs etc. mais qui n'ont qu'un point de vente, peut-être qui est unique en Belgique, pratiquant ça et qui vous renvoient alors vers le magasin ou la correspondance donc l'envoi postal du produit, ça j'ai déjà vu les deux. Pour quelqu'un comme moi, s'il désire vraiment acheter, il ira plutôt vers le magasin pour voir. Donc, l'envoi postal et le téléphone, SMS, je ne crois pas, je n'ai jamais reçu, qu'exceptionnellement de mon fournisseur donc Mobistar des trucs publicitaires mais c'est le fournisseur-même mais pour des magasins, je n'ai jamais été. C'est possible que ça se fasse par SMS.

Moi : Vous pensez que la manière dont une marque va communiquer ça va quand même influencer des consommateurs à aller sur tel ou tel canal ?

Répondant : Je présume que oui car il y a des gens qui sont influençables de l'autre côté de la corde, si la société s'y prend bien elle peut influencer effectivement.

Moi : Vous personnellement vous ne le serez pas mais vous pensez que des gens pourraient être influencés d'aller vers un autre canal ?

Répondant : Oui, si par le collègue, je me connecte et si une occasion se présente, oui. Si on propose des prix intéressants sur Internet ça va peut-être quand même me tenter.

Moi : Donc communiquer avec des promotions plutôt que des concours donc ça vous intéresse ?

Répondant : Oui.

Moi : Et vous poussez à acheter peut-être un peu plus qu'une fois par an ?

Répondant : Oui à partir du moment où il y a l'utilité du produit acheté. Ce n'est pas parce qu'on fait ce genre de promotion sur un fauteuil que je vais l'acheter. Il faut réellement que j'ai l'utilité, le besoin de ce fauteuil- là. Je passe à l'acte, j'essaye d'avoir le moins cher comme tout consommateur, on ne paie pas plus par plaisir. La publicité, Internet, c'est surtout visuel mais voilà ça me casse les pieds. La publicité c'est quelque chose qui est très vieux, ça date des années 40 aux USA. Une anecdote, j'avais suivi un cours là-dessus où un vendeur d'aspirateurs aux USA dans ces années-là avait nettement moins de chance s'il garait sa voiture devant la maison de la ménagère et si c'était une VW et qu'un autre qui garait sa voiture et qui était une grosse américaine. Voilà le subconscient de l'acheteur, donc ici la mère au foyer, pour les hommes aussi, ça influence. On achetait en fonction de la voiture du vendeur. Maintenant je crois que ça n'interviendrait plus, les choses ont terriblement changé. Moi, je suis un vieux loup donc j'aurais peut-être répondu différemment il y a 30 ans d'ici mais pas avec de grosses différences. J'ai toujours fonctionné comme ça, c'est une question d'éducation. Un franc c'est un franc, un euro, c'est un euro et on achète ce dont on a besoin. Une promotion, c'est toujours intéressant à condition d'avoir le même produit. Les dentifrices en pharmacie et chez Carrefour, il paraît que la composition n'est pas tout à fait la même, le prix non plus, c'est un pharmacien qui le dit. C'est un boutiquier aussi, mais s'il le dit, on peut lui faire confiance. Dans la promotion c'est du vol, on ne parle pas de la composition ou de quoi que ce soit.

Moi : Je vous remercie pour le temps que vous m'avez consacré.

Entretien de Sandra (44 ans)

Moi : Bonjour, je suis étudiante en dernière année et dans le cadre de mon mémoire, j'ai besoin d'interroger des consommateurs. Donc, j'ai besoin de votre collaboration afin de réaliser ce travail qui va viser à comprendre la manière dont les consommateurs réalisent leurs achats. Il n'y a ni mauvaise, ni bonne réponse aux questions que je vais vous poser. Vous répondez simplement comment vous agissez, ce que vous ressentez. Je vous remercie pour le temps que vous allez me consacrer.

Pour commencer, nous allons parler des habitudes sur internet, combien de temps passez-vous environ par jour sur internet ?

Répondant : Je vais dire, une heure.

Moi : Et décrivez moi un peu la dernière fois que vous êtes allée sur Internet ?

Répondant : Pour rechercher une location de vacances. Pour cela, je vais toujours sur le site Abritel pour les vacances. Voilà. Google, Abritel et alors sur base de différents critères de recherche. Je regarde ce qu'il propose pour la période souhaitée.

Moi : D'accord. Est-ce toujours comme ça que vous surfez habituellement ?

Répondant : Quand j'ai besoin d'informations pour des achats de vacances, comme des locations, je passe par internet. Mais sinon pour vraiment faire des achats sur internet, j'utilise plus internet comme un outil de renseignements. A présent je vais prendre des informations sur internet. Je dois tailler des haies je vais aller prendre des renseignements sur internet. Je dois aider ma fille pour un travail réalisé au niveau scolaire je l'utilise plus comme source d'information, de renseignements que comme outil d'achats finalement

Moi : En dehors des achats, vous faites d'autres choses également sur internet ? Ou c'est vraiment que pour rechercher des informations ?

Répondant : Non. Je ne suis pas sur les réseaux sociaux en plus. Je n'ai pas de compte, aucun compte. Ni sur Facebook contrairement à mes filles. Non vraiment je n'aime pas.

Moi : Et pourquoi ?

Répondant : Pourquoi parce que j'ai l'impression qu'une fois qu'on ouvre un compte sur ce type, Facebook ou autre, j'ai l'impression qu'on va tout le temps aller dessus, enfin qu'on est un peu pris dans la machinerie. Voilà, je veux garder du temps autre pour mes enfants. Je n'ai pas envie d'être tout le temps là-dessus. Je n'ai jamais été très adepte de ce genre de choses. Mes filles le sont. Je leur explique. Elles évoluent dans une société qui évolue aussi à ce niveau-là mais moi personnellement ça ne me dit rien du tout. Et de devoir passer une heure, regarder, chipoter. Non le soir j'ai autre chose à faire. Franchement, ce n'est vraiment pas une priorité pour moi. Je me passe du réseau social. Je préfère le contact direct que passer mon temps à voilà.

Moi : D'accord. Sur quel support allez-vous généralement quand vous allez sur Internet ?

Répondant : PC portable, ordinateur fixe à la maison, tablette non. Ni GSM. Toujours le PC portable ou l'ordinateur

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que je n'aime pas travailler sur des petits écrans. Voilà parce que j'ai toujours pratiqué comme ça. C'est une question d'habitude. Déjà ici je n'ai pas d'abonnement via internet. Mon GSM en fait c'est plus pour être joignable. Voilà je n'ai pas accès à l'internet via mon GSM. Voilà d'office chez moi je prends mon portable. Je n'ai pas de tablette non plus. Les filles ont une tablette. Mais non ça ne m'intéresse pas. C'est plus par habitude. Je garde mes vieilles habitudes d'étudiante, je n'avais pas de tablette non plus étant étudiante, on travaillait sur un PC portable aussi et voilà je crois que ça reste.

Moi : On va imaginer que vous deviez acheter un produit électronique, par exemple un ordinateur ou une télévision, comment allez-vous vous y prendre ?

Répondant : Tout d'abord je crois que je vais aller dans le commerce. Voir un petit peu, que ce soit chez Krefel ou autre, je vais comparer. Peut-être demander des renseignements techniques et autres. Et puis après peut être que je comparerais sur internet et voir un petit peu là où c'est moins cher et voir si je n'ai pas d'autres renseignements complémentaires d'un point de vue technique. Mais, je ne vais pas d'office commencer à regarder sur internet pour chercher des renseignements. Je crois que j'irais plus vite dans le commerce. J'irais d'abord en magasin voir puis rechercher des informations sur Internet pour être sûre de ce que je vais

acheter. Mais après je retournerai en magasin car je n'achèterai pas ce genre de choses via internet.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : C'est de nouveau une question d'habitude. J'aime bien aller commander au magasin, avoir mon bon de livraison. Enfin maintenant on peut avoir un bon de livraison électronique c'est pas ça, voilà. Maintenant quand je dis que je ne fais jamais d'achats par internet, les concerts, ça j'ai oublié de le dire tout à l'heure. Ça je commande via internet et j'imprime les tickets voilà. Là je ne vais pas me déplacer à la discothèque du coin qui deviennent rares d'ailleurs pour, dans une librairie ou quoi, dans un night and day pour réserver. Ça c'est vrai que, j'ai fait quelques concerts ou mes filles, là je commande pour elles sur Sherpa, Ticket.net. Enfin voilà. Sinon pour des gros achats, enfin pour des plus gros achats, électroménager, je préfère franchir la porte du commerce. Aller voir déjà. J'aime bien de voir, d'avoir une vue sur ce que j'achète, que ce soit des vêtements, enfin des chaussures n'importe quoi. Et c'est pour ça aussi, je disais c'est par habitude que je ne vais pas sur internet et que je n'achète pas sur internet. C'est aussi parce que moi j'ai besoin de voir et de toucher ce que j'achète et d'essayer aussi, concernant les vêtements. Je n'ai pas envie d'avoir les complications, des retours parce que la taille ne convient pas, des choses comme ça. Je n'ai pas envie d'être embêtée par tout ça. Je préfère parfois passer un peu plus de temps à aller voir dans les magasins mais d'être sûre de mon achat.

Moi : Internet va quand même intervenir dans votre processus d'achat. Lorsque vous achetez par exemple une télévision

Répondant : Oui mais pas tout le temps.

Moi : Pourquoi ?

Répondant : Parce que je préfère avoir les conseils d'un vendeur qui va peut-être bien me renseigner. Maintenant ce n'est pas toujours le cas. J'ai parfois été déçue aussi. J'ai déjà eu le sentiment de ne pas avoir eu les bons renseignements alors là je vais aller vérifier sur internet. Aller lire la description du produit, des choses comme ça. J'aime malgré tout le contact qu'il y a en magasin.

Moi : Est-ce que vous agiriez de la même façon si vous deviez acheter on va dire, par exemple un vêtement, quelque chose qui a un moindre coût ?

Répondant : Oui. Moi personnellement je n'ai jamais acheté de vêtements sur internet

Moi : Et pourquoi ?

Répondant : Oui parce que j'aime bien aller en magasin et essayer le produit. J'ai peur d'être déçue de la matière, de la couleur ou de la taille qui ne convient pas. Par contre mes filles elles ont déjà acheté sur différents sites des vêtements mais pas moi. Voilà je suis vieille France.

Moi : Alors vous parlez du fait que vous préférez le shopping en magasin, décrivez-moi donc un peu le dernier shopping que vous avez fait en magasin.

Répondant : Le dernier shopping, ça remonte à une semaine, sur Namur. Quand c'est comme ça, je me laisse un peu guider par mes filles. Souvent je vais avec mes filles. Donc elles me font rentrer dans les magasins qu'elles connaissent, Bershka, Pimkie, enfin toutes ces marques de jeunes et voilà. Elles essaient, on achète. Elles essaient et si ça ne convient pas, elles n'achètent pas.

Moi : Généralement vous allez là-bas avec une idée bien précise de ce que vous cherchez ?

Répondant : Non pas du tout. Non généralement quand elles décident d'y aller, elles vont faire un tour, elles trouvent elles trouvent. Si elles voient quelque chose qui leur plaît, elles achètent ou sinon non. On peut très bien revenir sans acheter. Je ne vais pas en me disant qu'il me faut absolument quelque chose. Sauf parfois pour des chaussures en début de saison ou quoi. Ça plutôt pour des chaussures. Mais des vêtements non. Ou alors suite à des promos, des annonces que je reçois par mail par exemple moi j'aime bien la marque IKKS, je reçois parfois des e-mails comme quoi ils font des offres conjointes 30-40 % à l'achat de 2 articles. Et alors là j'irais peut-être bien.

Moi : Si vous recevez un mail avec une promotion...

Répondant : Voilà, avec une action particulière je vais aller voir. La même chose pour mon petit garçon, c'est du pareil au même. Parfois il y a des mails avec du moins 40 %, moins 50 %, là je vais aller voir. Ça c'est vrai que par rapport à ce que je reçois comme informations sur le net, je vais aller ou non en magasin parfois. Peut-être que je ferais une action intéressante ou un achat intéressant, donc voilà

Moi : Est-ce que vous pensez que vous pourriez aussi faire l'inverse. Si vous receviez un petit papier, on va dire, en magasin qui vous annonce aussi que sur internet il y a une promotion comme celle-là si vous achetez des produits sur internet, vous agiriez de la même manière.

Répondant : Non pas dans ce cas-là par contre. Il y a eu le dimanche des pourcents ici sur le shop d'Inno dimanche passé. Et bien si je reçois l'information que j'ai des réductions en achetant sur le net et bien ça je ne le fais pas. Parce que de nouveau par principe je n'achète pas sur le net ce genre d'articles. Même si j'ai des actions ou ce genre là je ne le fais pas. Je ne sais pas pourquoi, c'est une habitude.

Moi : Dans l'autre sens vous le feriez plus parce que vous préférez aller en magasin là ?

Répondant : Voilà c'est ça. C'est vraiment le fait d'aller voir ce que j'achète. Et voilà enfin j'ai vraiment un blocage par rapport à ça. Maintenant ça va peut-être changer avec le temps aussi parce que tout évolue et on achète de plus en plus par internet. Je devrais peut-être un jour faire le pas aussi. Même par exemple pour les courses alimentaires, caddie shop, des choses comme ça, je ne fais pas. De nouveau, j'aime bien de choisir mes produits, j'aime bien de comparer, voilà. Je préfère aller en magasin et faire tout moi-même. Et puis voilà je suis fort spépieuse pour les dates de péremption et tout ça. De nouveau, j'aime bien de choisir ce que j'achète.

Moi : C'est toujours comme ça que vous allez procéder ?

Répondant : Oui je confirme, franchement toujours comme ça oui.

Moi : Est-ce que vous allez procéder de la même façon pour tout ce qui est alimentaire et vêtements. Par exemple, vous dites que vêtements, vous y allez comme ça en ne recherchant pas quelque chose de particulier. Et pour les courses ?

Répondant : C'est différent oui parce que toutes les semaines, on va faire nos courses pour la semaine. Donc, on sait qu'il manque de la viande, des légumes, des fruits. Donc là on va au magasin parce qu'on sait qu'il nous faudra des choses pour la semaine. Là voilà maintenant pour les vêtements c'est en général. Maintenant c'est vrai que parfois on a besoin d'une pièce particulière. On passera dans un magasin pour essayer de la trouver. Mais c'est plutôt rare pour les vêtements, c'est vraiment comme ça tombe. Voilà ce qu'on trouve. Je trouve que le fait d'avoir parfois une idée précise sur ce qu'on veut. C'est souvent en allant faire un tour alors qu'on ne recherche rien qu'on trouve finalement des objets qu'on aime. Enfin moi en

tout cas c'est souvent le cas. Quand je me dis, voilà il me faudrait un jeans, je vais voir partout, je n'en trouve jamais. Que voilà, je pars parfois faire du shopping avec mes filles, c'est à ce moment-là qu'on va trouver un beau jeans. Parce que là on regarde un petit peu partout, on a le temps de regarder. Voilà voilà.

Moi : On va imaginer que vous recherchez un produit particulier dans un rayon. Et vous ne le trouvez pas. Comment est-ce que vous allez faire que ce soit pour l'alimentaire ou pour les vêtements ?

Répondant : Ah la la .Pfff

Moi : Ça peut être par exemple un produit, un vêtement que vous avez vu plus tôt dans la journée quand vous avez fait les magasins. Et que vous retournez mais que vous ne voyez pas.

Répondant : Mais qui ne m'est pas vraiment indispensable. Parce que franchement si je ne le trouve pas, je me dis que je ne trouve pas ce que je cherche. A la limite, je vais dire tant pis. Mais quand je recherche quelque chose de particulier par exemple en matière de vêtements, je vais peut-être faire appel à la vendeuse qui va peut-être m'aiguiller, me donner des renseignements. Sinon je recherche par moi-même. Et si je ne trouve pas, je ne trouve pas. Ou alors je remplace par un autre produit. Ceci fera peut-être l'affaire à la place. Je ne vais pas commencer à courir partout pour trouver ce produit en particulier. J'essaie de trouver une alternative oui. Mais que ce soit chez Colruyt ou Delhaize, quand je ne trouve pas un produit qui est dans le magasin mais voilà d'un Colruyt à l'autre, les emplacements sont différents, je vais demander de l'aide. Là ça m'arrive assez souvent ou quand il y a un produit particulier pour une recette que je ne trouve pas, je vais demander où je peux le trouver, dans quel rayon. Mais je vais plus demander de l'aide pour ce qui est alimentaire plutôt que pour les vêtements. Tout ce qui est vêtements ben voilà on essaie. Je n'aime pas d'être embêtée par des vendeuses dans des magasins de vêtements. J'aime bien être à l'aise. Voilà je n'aime pas les vendeuses qui sont là toujours sur le dos à demander ça va les tailles et ci et là. Enfin voilà quand je cherche quelque chose de bien précis, je peux demander les différents modèles qu'elle a à me proposer. Mais c'est plutôt rare, je regarde par moi-même.

Moi : Vous avez déjà effectué des achats sur internet, ça vous l'avez dit. Pour quel genre de produit ?

Répondant : Les vacances, commander des vacances, réserver des places de concert, Amazon. Parfois mes filles ont des bouquins plus rapidement via Amazon. Donc c'est vrai que quelque fois, on commande un livre scolaire mais à part ça je pense que c'est tout. C'est plus pour une question de rapidité ou de prix. Je regarderai toujours de toute façon le prix. A partir du moment où ça me coûte plus cher par la voie internet, et bien voilà je me déplacerais pour avoir le produit moins cher ici en ville, même s'il faut attendre une semaine. Sauf si vraiment on est pris par le temps. Dans l'urgence alors voilà on paie le supplément. Mais généralement, ce n'est pas plus cher sur Amazon. C'est même moins cher. Voilà c'est facile, c'est livré à domicile. Mais pour des ouvrages bien précis parce qu'elle en connaît le titre. Voilà si maintenant, elle a besoin d'un livre pour une lecture libre, on ne va pas spécialement regarder sur internet. On ira voir chez Papyrus où là elle va choisir son livre en lisant le résumé et les petites critiques

Moi : Décrivez-moi le dernier achat que vous avez fait sur Internet ?

Répondant : Le dernier achat, qu'est-ce que j'ai fait comme dernier achat ? C'est le concert pour l'anniversaire de ma fille, Maître Gims. Voilà il y a un mois d'ici à peu près. Voilà sur Ticket Net. C'est la commande que j'ai réalisé en dernier lieu.

Moi : Et c'est toujours comme ça que vous faites ?

Répondant : Oui parce que je regarde les annonces de concert. Et voilà je réserve en ligne. Voilà c'est facile, on imprime les tickets. Ici, c'est par facilité que je vais sur Internet parce que là, j'ai l'ensemble des informations des concerts à ce moment-là dans les mois et semaines à venir. Voilà c'est plus facile. Pour ça je n'ai pas envie de me déplacer. Et puis je ne sais même pas si ça existe encore des magasins où on vend des cds, il y en a peut-être un ou é. Il y avait la rue de la croix, rue des croisières, Lido music. Oui je ne sais pas ce qu'il existe encore ?

Moi : Oui.

Répondant : Oui il existe encore ? Franchement oui c'est le dernier achat que j'ai fait. Je n'ai rien fait d'autre comme achats entre temps. Je ne fais jamais rien comme achats sur internet.

Moi : Et le genre de produits que vous achetez le plus sur internet vous diriez que c'est quoi ?

Répondant : Les concerts, comme achats c'est tout.

Moi : C'est ce que vous achetez plus ?

Répondant : Oui quelques livres, une coque pour GSM, des petits articles comme ça sur Amazon, des ballons, enfin ma fille avait dû acheter un ballon que les kinés utilisent pour étudier, enfin elles devaient prendre ça pour étudier, pour se relaxer et tout ça, pour être mieux concentrée. Eh bien voilà on l'a trouvé sur internet, il y avait différentes gammes. Voilà de nouveau ces ballons-là, je ne sais même pas où aller les acheter. C'est dans un magasin de sport ? Là ma fille a fait la recherche et on l'a commandé sur Internet. Mais c'est plus par facilité. Mais honnêtement, des achats sur internet non.

Moi : Et votre fréquence d'achats, vous diriez c'est combien de fois ? Plus par an alors si ça ne se calcule pas par mois.

Répondant : Ah non pas du tout par mois, par an. Je vais dire 6-7 fois par an grand maximum.

Moi : Qu'est-ce que vous n'aimez pas dans le fait de commander des produits sur internet ? Qu'est ce qui ne vous plait pas ?

Répondant : J'ai du mal à le dire honnêtement. Le fait de ne pas voir, de ne pas toucher le produit. La confiance aussi, j'ai toujours peur de me faire arnaquer. Je ne sais pas, j'ai moins confiance, par exemple maintenant tout ce qui est paiement en banque. Je le fais via le net mais il y a toujours cette appréhension. C'est toujours le problème de la sécurité. Au cas où la pièce ne conviendrait pas, toutes les démarches par la suite, renvoi, recommander, des choses comme ça. Puis le fait de voir les produits avant de les acheter, moi, c'est surtout ça. J'aime bien de voir ce que j'achète et c'est pour ça que je suis un peu contre le système d'achats par internet.

Moi : Il y a quand même des choses qui vous plaisent dans le fait d'acheter des produits sur internet ?

Répondant : Le seul avantage pour moi, c'est peut-être la rapidité, la facilité parce que l'on ne doit pas se déplacer. Donc c'est clair que c'est un gain de temps. Si on trouve parfaitement ce dont on a besoin et que ça convient. C'est la seule chose qui me ferait bouger, allez qui me convaincrerait d'aller sur internet, peut-être ça, la rapidité ou le gain de temps mais sinon à part ça. Puis je n'aime pas de rester des heures sur mon PC. Moi j'ai autre chose à faire franchement. Sauf si c'est le temps qu'on peut y passer. Car acheter des choses, ça prend aussi du temps sur internet. J'ai des achats bien précis dans certaines boutiques, donc je cible

d'avance mes achats, donc voilà je ne suis pas du genre à acheter toute marque. J'ai mes créneaux bien particuliers. J'ai l'impression qu'internet c'est plus pour des gens qui n'ont pas d'idée précise. Moi quand je veux quelque chose je sais ce que je veux. Donc voilà je ne vais pas commencer à regarder sur internet pour 36 trucs car j'ai l'impression que je vais y perdre du temps. Ça m'énerve, honnêtement, je n'ai pas la patience. Je suis quelqu'un de très nerveux, il faut que ça aille vite et voilà je n'ai pas envie de perdre du temps comme ça bêtement. Je travaille à temps plein aussi et j'ai 3 enfants et je veux consacrer plus de temps à mes enfants, à leur éducation et tout ça, que de passer une heure ou deux heures le soir, c'est surtout ça. Quitte à faire les courses avec eux, je préfère ça, aller faire les courses avec eux, je trouve que c'est un plaisir aussi, de privilégier la communication. Je me dis, c'est bien les achats par internet mais de nouveau ça prend des emplois aussi. La répercussion sur l'emploi, c'est bête à dire, on n'est pas du tout dans ce domaine- là mais le self scanning dans les grands magasins je suis contre, je vais peut-être y aller vraiment quand je suis pressée une fois mais j'irais plutôt dans une caisse où il y a une vendeuse. Voilà je trouve ça tellement impersonnel. Et je n'ai pas été habituée à ça. Je ne m'y fais pas honnêtement. J'aime bien le contact. Et ce que je me dis que pour finir, on aura droit à des robots pour tout. On ira à l'hôpital, ça sera un robot aussi. Voilà je ne sais pas, je suis pour l'évolution mais dans une certaine mesure sans tuer le contact humain. Privilégier le rapport humain moi, j'aime bien.

Moi : Qu'est-ce que vous aimez du coup dans le fait plutôt d'acheter en magasin ? Qu'est-ce qui vous plait là-dedans ?

Répondant : Le service voilà. J'aime bien de se faire servir un peu, conseiller. Le fait de pouvoir essayer plusieurs choses. Voilà ça va, ça ne va pas, on essaie autre chose. Je trouve qu'on a une meilleure satisfaction, je ne sais pas, en tout cas moi je suis plus satisfaite d'aller en magasin, d'acheter quelque chose en magasin. J'ai pu comparer, je suis plus sûre de mon achat. En achetant sur le net, je vais tomber sur une pièce qui me paraît plus ou moins bien mais bon voilà.

Moi : Est-ce qu'il y a des choses qui vous plaisent moins dans le fait d'acheter en magasins ? Qui sont on va dire plus des inconvénients

Répondant : Les files d'attente parfois. Donc l'attente car c'est vrai que c'est une perte de temps. Que ce soit pour les courses alimentaires, là c'est vrai que c'est parfois le côté négatif. Quand on va faire ses courses le vendredi ou le samedi, on peut parfois perdre 20 minutes,

une demi-heure à la caisse. Ça c'est le côté moins, la foule aussi. Ça c'est le côté plus négatif de certains commerces, on se retrouve confronté à plusieurs personnes, on perd du temps, c'est moins gai, on s'énerve plus vite. Derrière son PC, ce n'est pas qu'on ne s'énerve pas plus vite, mais je vais dire on sait vite commander. Il n'y a pas toute cette agitation autour. Enfin bon, c'est tout ce que j'ai à dire.

Moi : Comment allez-vous choisir les enseignes où vous allez acheter vos produits ? Est-ce différent pour l'alimentaire ou les vêtements ?

Répondant : Disons que moi je suis à la recherche d'une certaine qualité quand même. Et je regarderais le coût. Je regarderais la qualité et le coût malgré tout. Donc pour une même qualité, on parlait des grandes surfaces, j'irai chez Colruyt parce que les prix sont quand même fort intéressants. Pour les mêmes produits, on gagne des euros chaque semaine. Maintenant oui la qualité pour les vêtements. Je ne suis pas quelqu'un qui achète énormément. Je préfère un vêtement de qualité que je paierai peut-être un peu plus cher mais voilà. La qualité et le coût moi principalement, c'est ça qui me guide dans mes achats.

Moi : Est-ce que vous allez généralement toujours choisir les mêmes enseignes ou est-ce que vous allez un peu partout ?

Répondant : Généralement je suis fidèle aux enseignes. En tout cas au niveau vestimentaire et même alimentaire. Une fois que je suis bien avec un magasin, Colruyt il y a 7, 8 ans d'ici je ne connaissais pas du tout, voilà maintenant je m'y suis habituée, j'ai eu du mal au début mais je me dis que voilà c'est quand même une fameuse économie par rapport à des Delhaize. Maintenant il y a des produits que je ne trouve pas chez Colruyt, que j'irais acheter chez Delhaize. Donc voilà j'ai certains produits que je vais dans telle marque et d'autres produits dans un autre commerce. Ça dépend.

Moi : Et pourquoi vous allez aller dans ces magasins-là, pour tout ce qui est qualité et prix ?

Répondant : Oui, pour qualité, prix et confiance. Par exemple, les magasins Aldi et Lidl, en consommation, ils ont peut-être de très bons produits mais moi je suis réticente car je me dis que le prix auxquels ils sont vendus est dérisoire. Je ne dis pas toujours que parce qu'on paie très cher on a des produits de qualité. Mais parfois je me dis que des produits qui ne coûtent quasiment rien je me demande la composition de tout ça. Je suis fort regardante, je préfère acheter des produits que je connais. Je ne vais pas commencer à tester des produits même s'ils

sont beaucoup moins chers. Par manque de confiance je crois. Moi ça me rassure d'acheter des produits que je connais avec lesquels je suis bien, que ce soit poudre à lessiver n'importe. Je ne suis pas du genre à tester 10 mille poudres. Ça fait 20 ans que je lessive avec telle et telle poudre. Il y en a peut-être de très bonnes à côté mais une fois que j'ai trouvé le bon produit je garde celui-là. Je ne suis pas du genre à changer mes habitudes.

Moi : Quels sont les éléments qui vous plaisent dans ces enseignes par exemple Colruyt ou même Delhaize ?

Répondant : Ce qui me plaît. Chez Colruyt c'est principalement le prix je vais dire parce qu'hormis le prix c'est pas des super magasins. Je préfère l'ambiance, l'atmosphère, l'environnement d'un Delhaize que chez Colruyt. Mais ce que j'aime bien aussi hormis le coût, c'est le service. Quand on est habitué dans l'un ou l'autre Colruyt, avec le personnel, le contact aussi avec le personnel. A partir du moment où on pose question, on a bonne réponse, on a tendance à y retourner aussi

Moi : Quels moyens allez-vous mettre en place pour rester en contact avec une enseigne que vous appréciez particulièrement ?

Répondant : On reçoit les folders hebdomadaires ou tous les 10 jours. Quelque part le fait qu'ils envoient leurs folders permet qu'il y ait une continuité d'achats chez eux parce que quelque part on regarde les publicités, on trouve toujours bien une chose ou l'autre qui peut être intéressante pour la semaine suivante. C'est plus eux qui le font car moi je ne vois pas ce que je vais mettre en place

Moi : Des cartes de fidélité ?

Répondant : Oui il m'arrive de la demander dans les commerces où je vais. Même la carte famille nombreuse, voilà je n'hésite pas à demander s'ils ne font pas une réduction supplémentaire pour les familles nombreuses. Ou s'ils ont un système de carte de fidélité. Et ça c'est vrai que ça attire quand même, c'est quand même un plus je trouve, la fidélité dans un magasin, tant que ce ne sont pas des cartes de fidélité à durée limitée. Donc voilà ça permet de garder le contact et d'y retourner peut-être plus facilement à partir du moment où il y a une fidélité aussi. En général on donne sa carte d'identité. Donc ils ont les coordonnées, l'adresse et aussi l'adresse mail pour avoir éventuellement les actions, les promotions. GSM moins, je préfère avoir des retours par mail que par GSM. Je n'aime pas d'être embêtée avec 36.000

actions, des messages sur mon GSM. C'est vrai que quand j'ouvre ma boîte mail, je vois que ça vient de tel ou tel, je zappe ou j'ouvre si j'ai envie d'ouvrir.

Moi : Qu'est ce qui fait que vous allez aller voir sur le site internet d'une enseigne avant ou après avoir été en magasin ?

Répondant : Pour découvrir un peu

Moi : Avant ça ?

Répondant : Oui parfois

Moi : Avant d'aller en magasin ?

Répondant : Pour les vêtements voir la nouvelle collection. On a envie de voir ce qu'ils ont sorti ou quoi. Voir si a priori il y a déjà des articles qui nous plaisent. Voilà pour avoir une idée. Maintenant ce n'est pas systématique. Je ne vais pas aller systématiquement sur le site de telle ou telle enseigne, de voir ce qu'ils proposent.

Moi : Et après avoir été en magasin, ça vous arrive d'aller sur le site internet d'une enseigne ?

Répondant : pff oui mais pas tout de suite. J'y retournerais. Non à partir du moment où je suis allée en magasin, je n'y retourne pas systématiquement.

Moi : Même si par exemple, vous n'aviez pas trouvé le produit que vous vouliez en magasin ? Vous n'allez pas aller sur Internet pour l'acheter ? Vous retrouverez un produit similaire ?

Répondant : Non. Je trouverais une alternative mais je ne suis pas du genre à vouloir à tout prix, ça ne s'est jamais présenté, de vouloir à tout prix un article et qu'après sur le site j'aurais pu le trouver, question de taille. Ça ne m'est franchement jamais arrivé.

Moi : Comment décririez-vous votre comportement en tant que consommatrice ? Vous diriez que vous êtes quel type de consommatrice ? Quel type d'acheteuse ?

Répondant : Ça dépend. Je suis moins compulsive. Avant oui je l'étais en étant jeune On change. Je dirais que je suis une consommatrice traditionnelle. Je réfléchis à ce que j'achète. Ça dépend quoi, pour quoi, pour quel achat. Oui il y a des achats, par exemple des chaussures ou quoi, je vais réfléchir à deux fois et voir peut-être même ailleurs, quitte même ça je ne vais pas faire un achat compulsif, ça je ne suis pas vraiment sûre de mon coup. Je réfléchis, oui ça

m'est déjà arrivé. De me dire, je vais réfléchir, je vais voir ce qu'il y a d'autres et si jamais je reviens au magasin. Non généralement, je compare, je prends le temps de comparer et je pose un achat plus ou moins réfléchi. Il me semble, enfin voilà. Je suis assez traditionnelle et pas du tout compulsive. Franchement j'ai eu pas mal de blagues où j'ai fait des achats compulsifs que j'ai regretté par la suite. A force d'avoir eu quelques expériences négatives comme ça, et bien, on acquiert un certain réflexe. On perd ce réflexe d'acheter directement. Et voilà d'acheter peut-être un peu plus intelligemment. Et de bien réfléchir. Et puis je trouve que le coût de la vie est fort élevé. Et voilà quand on est à 5, on n'a pas le droit de faire des achats compulsifs comme ça à outrance et puis de regretter. J'éduque un peu mes filles comme ça aussi, où acheter parce que ce n'est pas nécessaire. Enfin je leur dis toujours, vous avez plein dans votre garde-robe. Ce n'est parce que vous aurez 20 t-shirts que vous serez plus heureuse que d'en avoir que 10. De toute façon, ce sont toujours les mêmes qu'elles ressortent. J'essaie de les guider un petit peu comme ça aussi. On achète parce que voilà c'est une pièce qui manque à sa garde-robe. Parce que vraiment on a un coup de cœur pour un coloris ou quoi. Non franchement en tout cas pas du tout un comportement dépensier. Je regarde quand même.

Moi : Qu'est ce qui pourrait vous pousser à utiliser plusieurs canaux ? Par canaux, j'entends Internet, tout ce qui est point de vente, le mobile lors d'un processus d'achat ? Quels sont les éléments qui pourraient vous pousser à utiliser et Internet et le magasin ?

Répondant : Peut-être pour l'achat d'une voiture, je le ferais peut-être. Pour un achat plus conséquent je dirais. C'est quand même un investissement plus élevé. Là, je vais peut-être prendre la peine de voir un petit peu ce qu'ils proposent comme option. De vraiment voir le détail de tout. Je vais comparer avec d'autres marques par exemple. Pour voir un peu après si pour le même prix ils offrent les mêmes options, les mêmes avantages. Mais aussi non, je ne vois pas. Peut-être oui pour un achat plus conséquent, par mesure de comparaison je pense. Mais je vais toujours plus me rediriger vers le magasin au final.

Moi : J'ai sélectionné quelques publicités, quelques informations. Je vais vous les laisser regarder. Vous les mettez un peu comme vous voulez, vous les regardez et vous me dites quand vous avez terminé.

Répondant : Je vois des marques que mes filles adorent, Bershka. Tiens New Look je ne connais pas ça. Carrefour, je ne vais jamais chez Carrefour. Et je dois lire ce qu'ils proposent ?

Moi : Vous regardez globalement les informations qu'il y a dessus ?

Répondant : Voilà.

Moi : Décrivez-moi un peu ces publicités dans leur globalité, en général, dans leur ensemble

Répondant : Elles proposent des choses attractives, enfin livraison gratuite en magasin, gain de temps ici peut-être. Elles proposent des choses attractives, de faire de bonnes affaires, ici en matière de vêtements. 250 € de crédits d'achats en ligne si on achète en ligne. Elles proposent des réductions. Souhaitez-vous savoir si cet article est disponible en magasin ? Pour voir la disponibilité d'un article en magasin, de ne pas se déplacer pour rien non plus, donc, oui, ça propose des avantages, des livraisons gratuites, des choses comme ça.

Moi : Et vous, quelle est votre réaction par rapport à ce genre de publicités ?

Répondant : Pfff, je ne suis pas vraiment attirée. Ça ne me tente pas vraiment. Sauf si vraiment j'avais besoin d'un truc bien précis mais sinon, c'est le genre de trucs qui ne va pas me faire vraiment réagir.

Moi : Quand vous allez être confrontée, par exemple, dans la vie de tous les jours à ce genre de publicités, vous allez agir comment ?

Répondant : Je passe outre. Je ne les lis pas parce que je n'ai pas le temps. Et je n'ai pas spécialement envie. Quand j'ai besoin de quelque chose je vais voir. Je n'ai pas envie d'être assasinée d'infos tous les jours. Parce que finalement c'est tous les jours qu'on reçoit ce genre de trucs. Enfin je vous disais tout à l'heure, ma boîte mails, il y a plein de trucs que je zappe, que je n'ouvre même pas. Inno shop day où il y a - 10 ou - 20 %, voilà où je sais très bien que je n'en ai rien à faire. Donc franchement non, je ne suis pas du tout attirée par ce genre de publicités.

Moi : Est-ce que vous avez déjà remarqué que certaines enseignes vont utiliser les publicités pour envoyer leurs clients sur différents canaux, par exemple pour envoyer leurs clients sur internet, pour envoyer leurs clients en magasin ?

Répondant : Oui c'est vrai que certaines enseignes vont essayer de canaliser un peu leur clientèle, c'est voulu. A partir du moment où Galeria Inno commence à faire des publicités, des réductions le dimanche, c'est pour inciter les gens le dimanche, alors que bon voilà le

dimanche souvent on est en famille, à passer du temps et pas à acheter. Je n'aime pas du tout ce genre d'achats. Je n'aime pas quand ça m'est imposé. De me dire ici par exemple, que pour avoir mes 20 %, il faut que je commande le dimanche, ou ici Paris XL, c'est un peu pareil, il y a certains jours comme ça d'E-shop où on peut faire de bonnes affaires. Je n'aime pas qu'on m'impose d'acheter à certains moments. J'irais quand j'ai envie d'acheter, même si je paie un peu plus cher.

Moi : Et qu'est ce vous pensez de ces pratiques d'envoyer les clients d'un canal à un autre ?

Répondant : Moi je trouve ça un peu malsain. Moi ça me dérange. Ça me dérange de vivre avec toutes ces publicités permanentes et en ligne et tout ça. Car je trouve qu'on n'est jamais tranquille. En fait on est assailli tout le temps de toute part. Et je trouve ça énervant. C'est comme la vente par téléphone, c'est quelque chose que j'ai en horreur, je déteste être dérangée par téléphone par des opérateurs, Base, Proximus, n'importe quoi. Enfin à partir du moment où je veux faire un changement, enfin maintenant je comprends, c'est de la publicité, c'est dans le but de vendre leurs produits aussi. Moi je trouve ça fort dérangeant, je n'aime pas qu'on vienne me déranger dans le privé, parce que finalement c'est tout le temps et je trouve que c'est énervant, moi ça m'énervé, moi ça m'énervé honnêtement. Maintenant j'aurais besoin d'un truc bien précis, voilà maintenant je reçois le mail d'ici Paris XL comme quoi ils font 21 % de réductions de telle à telle date, là parce que j'ai besoin du produit en particulier, je suis contente d'avoir l'e-mail me disant qu'une réduction me sera accordée. Mais sinon je n'aime pas, franchement. Et ce n'est pas ça qui va me dissuader, me faire changer mes habitudes, en tout cas ça n'a aucun impact sur ma façon d'acheter. Je ne vais pas acheter plus parce que j'ai ces mails que du contraire. Non je n'aime pas, ça m'agace.

Moi : La façon dont une marque va communiquer vers vous ne va pas influencer le fait que vous alliez en magasin, que vous alliez sur Internet, que vous achetiez ?

Répondant : Non du tout

Moi : Et vous dites que vous aimez beaucoup aller en magasin, que vous préférez aller en magasin qu'acheter sur Internet. Comment une marque pourrait vous faire changer d'avis de manière à ce que vous vous disiez, tiens, j'irais bien sur Internet, pour faire des achats. Comment elle pourrait vous pousser à aller plus sur Internet qu'en magasin par exemple ?

Répondant : Oh là là ...

Moi : En communiquant de quelle manière, par quel biais ?

Répondant : Pas les promotions déjà. Elles agissent par des promotions, de réductions, des choses comme ça. Et donc finalement je n'achète pas plus sur Internet via ce genre d'actions, de promotions. Donc je ne sais vraiment pas ce qui pourrait me persuader de changer de tel ou tel canal parce que non, je fais vraiment plutôt moi la démarche quand j'ai envie d'acheter. Je ne suis pas du tout influencée par ce genre

Moi : Vous pensez que vous êtes une personne qui préférez aller en magasin et donc vous restez là-dedans de manière traditionnelle et qu'une enseigne n'arriverait pas à vous faire changer ?

Répondant : Non je n'ai pas envie de changer de filière. Je n'en ai vraiment pas le besoin, l'envie, la nécessité et voilà ça ne me dit rien, franchement.

Moi : Et si une marque que vous appréciez beaucoup n'est plus disponible que sur Internet et plus en magasin, comme ça se passerait ?

Répondant : Là ce serait peut-être différent. Là je ferais peut-être la démarche, d'acheter des vêtements sur internet, oui je rentrerais peut-être dans le système par obligation. Ce ne serait pas un choix personnel, ce serait pour suivre la marque. Parce qu'il y a certaines marques où vraiment j'aime bien les produits, ceux qu'ils proposent comme style et tout ça. Là c'est vrai que je serais peut-être obligée. Ou alors trouver d'autres marques mais quand on est habituée avec certains produits, c'est difficile de changer. Comme je vous le disais, je reste fort fidèle à une marque. Il faut vraiment que je sois déçue à plusieurs reprises. Parce qu'on peut être déçue par telle ou telle marque, ça arrive, d'un produit, on fait un mauvais achat, on est déçu de la qualité. Non ce serait plus par obligation. Là j'irais sur internet. Mais franchement ce n'est pas quelque chose que j'ai vraiment pas en moi. Ça ne me dit rien.

Moi : Et donc on parlait d'envoyer d'un canal vers l'autre, par exemple d'Internet vers le magasin, ou du magasin vers Internet. Pour vous, pourquoi les marques font ça, envoyer d'un canal vers l'autre ?

Répondant : Pourquoi les marques font ça ? Ce n'est pas une question de rentabilité ? Moi je pense qu'elles visent la rentabilité, de toucher un maximum de consommateurs, faire un volume de ventes plus conséquent. Pour vendre plus, attirer plus de consommateurs. La vente de masse oui vraiment. Quitte à proposer plus de réductions. Mais finalement au bout du

compte comme il y a plus d'acheteurs la marque est gagnante. Moi je pense que c'est ça le but, je ne vois pas d'autres raisons en tout cas

Moi : En fonction de ce dont nous venons de parler, je vais vous demander avec ces publicités de faire 2 tas. Réfléchissez à ce dont on vient de parler. Classez-les en 2 tas.

Répondant : Par rapport à quoi ça ?

Moi : Par rapport à ce dont on vient de parler. Pensez aux différents canaux, à Internet, aux magasins, du fait de renvoyer de l'un vers l'autre. Vous avez du temps.

Répondant : Rendez-vous dans votre hypermarché Carrefour pour tenter de gagner ce superbe appartement à la mer du Nord. Grattez et gagnez. Ça c'est quelque chose qu'on a reçu en magasin logiquement. On nous renvoie sur Internet en nous disant d'introduire un code sur le site. C'est plutôt l'inverse. Ici je suis sur le site. Ils parlent d'un retrait gratuit en magasin, de commander sur le site, donc ça vise plus les gens qui sont sur le site et on nous renvoie vers le magasin. On va mettre ça comme ça. Et ici c'est livraison et retours, livraison gratuite en magasin. Livraison magasin gratuite. Envie de prolonger votre shopping à domicile ? Là c'est pour les gens qui sont sur internet aussi. C'est quelque chose que j'ai reçu en magasin. C'est pour inciter les gens. C'est un .COM.... Ici... Souhaitez-vous savoir si cet article est disponible en magasin ? Ici aussi c'est pour aller en magasin. Je suis sur le site ici. Et alors ici 'Votre avis est important'. Là c'est de nouveau pour aller sur internet. Donc on va le mettre là. Ici Supradyn. De nouveau c'est pour aller sur le site aussi. Supradyn, c'est sûrement quelque chose qui est remis dans une pharmacie. Pour aller sur le site. Ceci. 'RDV vite en magasin afin de découvrir le produit. Le retrait off line ici.

Moi : Résumez-moi un peu les 2 tas que vous avez faits.

Répondant : Ici c'est ce que j'ai reçu en magasin pour m'inciter à aller sur le site, enfin sur les différents sites, donc à voir, peut-être changer ces habitudes de consommation et d'achats. Voilà maintenant ce n'est peut-être pas toujours dans le but d'acheter sur internet, c'est peut-être simplement pour aller voir ce que la marque propose dans sa globalité, et aller par la suite en magasin aussi. Je ne sais pas hein.

Moi : Peut-être. Tout dépend des enseignes. Et pour celui-ci alors ?

Répondant : Ben oui c'est plus l'inverse. Voilà là je suis sur internet, on me demande d'aller chercher un avantage à l'hypermarché carrefour ou de commander, d'aller retirer mon achat gratuitement en magasin, enfin voilà

Moi : Vous seriez plus tenté par quel mode ? Plus qui vous renvoie vers le magasin vu que vous êtes plus du genre...

Répondant : Je dirais plus ce qui me renvoie d'Internet vers le magasin a priori. Je suis plus tentée par ce genre de choses que des choses que je reçois en magasin. D'aller voir sur le site de nouveau je n'irais pas.

Moi : Même si vous recevez cette petite carte que vous allez gratter, vous n'irez pas mettre le code après.

Répondant : Avec les cartes prépayées GSM, on nous donne un code, on peut retirer des avantages ou quoi, la plupart du temps, je ne vais jamais voir, ça ne m'intéresse pas

Moi : D'accord merci

Répondant : Mais de rien. J'espère avoir répondu.