

Marché saturé : comment s'y retrouver ?

Face à l'offre pléthorique, les consommateurs sont souvent désorientés au moment de passer à l'acte d'achat. Adopter une démarche très pragmatique permet donc de trouver le produit le plus proche de ses désirs tout en faisant des économies.

Au-delà des marques référentes qui sortent des produits tout au long de l'année, de nouveaux acteurs alternatifs, notamment les producteurs et fabricants chinois, investissent de nombreux secteurs d'activités. Quel que soit le marché, l'offre est aujourd'hui surabondante.

Boutiques, sites e-commerce, places de marché, comment et où acheter face à une telle foison d'offres ? Quelle démarche privilégier pour réaliser un achat dans des conditions satisfaisantes ? Focus sur les différentes étapes d'un acte d'achat raisonnable.

Le « cahier des charges » : une étape indispensable

La première étape représente LA base pour rationaliser sa consommation et définir ses besoins. Réaliser une liste de critères précise et exhaustive - fonctionnalités, taille, poids, prix, etc. - et les hiérarchiser selon l'importance accordée permet de guider et d'optimiser les recherches. Cette étape est d'autant plus importante que certains critères impactent de façon conséquente le prix. A titre d'exemple la qualité d'un appareil photo sur un Smartphone joue considérablement sur son tarif.

Comparer afin d'avoir une vision juste de l'offre disponible

Une fois ce listing établi, la deuxième étape consiste donc à repérer les produits les plus adaptés aux critères préétablis. Pour créer sa sélection, le consommateur a accès à différents moyens. Consulter directement les sites officiels des marques, offre un niveau d'information sur les produits, satisfaisant et structuré. Toutefois, cette démarche les contraint à consulter tous les sites des différents fabricants du produit. Une comparaison qui s'avère fastidieuse, longue et complexe.

Le client peut également se rendre sur les sites des distributeurs généralistes et/ou spécialisés. Dotées de filtres dans lesquels il peut renseigner les critères de son choix, ces plateformes présentent certes des bases de données structurées mais l'offre est non exhaustive et ne se limite qu'aux seuls produits référencés par l'enseigne.

Troisième possibilité : utiliser les marketplaces. Celles-ci présentent l'avantage de proposer une offre pléthorique mais souffrent, généralement, de bases de données moins structurées et donc de filtres de sélection moins performants.

Les comparateurs de prix, quant à eux, offrent un accès à de larges bases de données et des critères de filtrage précis. Leur raison d'être est d'analyser sur un éventail, le plus large possible, toutes les offres disponibles sur un marché. Ceux-ci présentent donc l'avantage d'identifier les produits répondants au plus près aux critères choisis par l'utilisateur parmi la variété des offres référencées. Il peut cependant être judicieux de garder en tête que tous les comparateurs ne sont pas toujours exhaustifs. Il est donc important de rester vigilant. Au risque sinon de passer à côté de la bonne affaire.

Bouche-à-oreille : le pouvoir de la recommandation

Alors, comment choisir le produit parmi la diversité des offres remontées ? Une fois les critères majeurs sélectionnés, il peut être pertinent d'étudier les services associés au produit : conditions de garanties, service après-vente, disponibilité du support client, etc. S'il est courant de voir des marques prétendre pouvoir répondre à un même besoin, tous n'ont pas le même positionnement. Tandis que certaines marques plutôt haut de gamme insistent sur la longévité des produits, leur design ou encore le service après-vente. D'autres vont plutôt se démarquer par des prix plus bas et accessibles pour une même promesse, mettant en avant un "rapport qualité-prix" optimal. Cependant, la compétitivité prix est souvent atteinte au détriment de certains critères de qualité comme les finitions, la durée de vie, etc... Parler de "rapport technologie-prix" est donc plus juste. Face à tous ces critères, il peut donc être utile de consulter les avis des consommateurs, voire d'échanger avec d'autres internautes sur des forums. Cela permettra de recueillir des informations précises. La prise en main d'un produit ou sa facilité d'utilisation dans telles ou telles conditions est plus facilement exprimée au travers d'une expérience client plutôt qu'issue d'un discours marketing publié sur un site. Attention toutefois aux avis biaisés, véhiculés par des robots ou encore des clients payés pour partager des commentaires élogieux.

Magasins physiques ou achats en ligne ?

Entre les magasins physiques et les sites e-commerce, le choix est vaste. L'un des critères de choix du canal de l'acte d'achat peut être le degré d'urgence de la réception du produit. Selon le lieu où se trouve le client et le fournisseur, la livraison d'un site e-commerce peut être plus ou moins rapide. Amazon, pour ne citer que lui, est bien connu pour sa performance en matière de livraison avec des offres express mais tous les sites e-commerce n'ont pas cette réactivité. Autre question à se poser : celui du besoin d'un contact humain ou non au moment de l'achat. Si tel est le cas, le choix d'un site e-commerce n'est sans doute pas la meilleure solution même si aujourd'hui certains déploient des agents conversationnels pour pouvoir échanger avec les consommateurs.

Face à la croissance exponentielle des offres et sous l'impulsion d'internet, adopter une démarche pragmatique lors de l'acte d'achat est sans doute la meilleure façon de réaliser la bonne acquisition. Utiliser des plateformes permettant de sélectionner LE produit le mieux adapté et collecter des informations auprès d'autres consommateurs sont sans doute les meilleures façons d'éviter toute déception.