

ACHATS

SOLUTIONS

RAIFFEISEN

TRANSMISSION DE CONNAISSANCES

DANS LE DOMAINE BANKING



ACHATS

- 2.1 DÉCELER ET CRÉER
- 2.2 SAISIES
- 2.3 TYPES DE BESOIN
- 2.4 SATISFACTION DES BESOINS
- 2.5 TYPES DE CONSOMMATION
- 2.6 INTÉRÊTS DÉBITEURS



Que ce soit en ligne ou en magasin, c'est nous qui décidons de ce que nous mettons dans notre panier.

Source
Raiffeisen

2.1 DÉCELER ET CRÉER

Réponse libre. Cela fait partie des mythes de la publicité de pouvoir créer des besoins. Or ce n'est pas le cas, car cette capacité équivaldrait à une «licence à imprimer de l'argent».

En fait, l'économie essaie sans cesse de lancer des produits et des prestations de service sur le marché, au moyen d'études de marché et «des essais et des erreurs» qui touchent la sensibilité des consommateurs et les incitent à acheter. Mais la plupart des nouveaux lancements échouent et de nombreux succès ne sont dus qu'à la chance et au hasard.

Si les entreprises pouvaient effectivement créer des besoins, la vente d'un produit ou d'un service serait garantie à 100%.

2.2 SAISIES

La réponse est libre. Il est intéressant de comparer les réponses de différents étudiants et étudiantes. Ce qui pour certains répond à un besoin de base est uniquement accessoire pour d'autres.

2.3 TYPES DE BESOIN

Réponse libre. La plupart des acquisitions satisfont une combinaison de besoins. Un vêtement de marque, par exemple, protège du froid ou de l'humidité (besoin physique) mais peut aussi être une condition pour être accepté par un certain groupe (besoin d'appartenance et de reconnaissance).

2.4 SATISFACTION DES BESOINS

Dans les deux cas, la personne n'est pas en mesure de satisfaire son besoin (par ex. besoin de calme, de détente et de réalisation personnelle ou de reconnaissance et de prestige) et ce, parce qu'elle en est empêchée pour des raisons de temps ou d'argent. A court terme, les besoins non satisfaits conduisent à la frustration. En fonction de la personnalité, la frustration est plus ou moins facile à supporter (tolérance différente à la frustration).

2.5 TYPES DE CONSOMMATION

Réponse libre. Selon l'étude, les personnes en danger d'endettement (55%) et les acheteurs impulsifs (39%) sont les plus fréquents.

2.6 INTÉRÊTS DÉBITEURS

Pendant de nombreuses années, on a appliqué le plafond du taux d'usure légal de 15% en Suisse. Le Conseil fédéral peut modifier ce taux (loi sur le crédit à la consommation, art. 14), ce qu'il a d'ailleurs fait en 2016. Actuellement, les taux d'intérêt maximaux autorisés par la loi s'élèvent à 10% pour les petits crédits et 12% pour les cartes de crédit. De nombreux établissements vont jusqu'à ce taux maximal.

- a Entre 9,5% (PostFinance) et 12% (Cornèr Bank, Jelmoli, Swiss, UBS).
- b Taux d'intérêt annuel effectif entre 4,7% (Banque Migros) et 9,95% (crédit au comptant Cembra). Il existe maintenant des entreprises de crowdlending (comme Lend et Cashcare), qui proposent des taux à partir de 3,5%.
- c Il en va de même pour les contrats de leasing, à moins qu'une marque automobile n'offre des conditions plus avantageuses afin de relancer les ventes.

Voir également l'unité de cours «Usage des cartes».