



جمعية الأمان لحماية المستهلك الجزائر
Association El Aman pour la
Protection des Consommateurs



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria



Under the patronage of
Ministry of Knowledge Economy, Startups and Micro-enterprises
With the support of
The Directorate-General for Scientific Research and Technological Development

Algerian American Foundation

In collaboration with
Ecole Nationale Supérieure Agronomique Kasdi Merbah

AAF Worskhop 2024

Entrepreneurship: From Idea to Business

- September 17th to 20th, 2024
- Ecole Nationale Supérieure Agronomique Kasdi Merbah
El Harrach, Algiers

- ✓ An idea?
- ✓ A business project?
- ✓ Already a StartUp?

Join us to learn practical tools to achieve
your goal and make it a reality!

Visit the **website** of the event
or Scan the **QR Code**



HACENE MENOUAR

Architecte

Gérant d'un bureau d'Etudes Privé

Président de l'Association Nationale pour la Protection des
Consommateurs EL-AMAN

www.el-aman.com

Sujet de la Communication

LE CONSOMMATEUR
« LE CLIENT CIBLE »

**Le consommateur joue un rôle essentiel
dans la promotion, le marketing,
et même le développement d'une entreprise**

Pour bien cibler, et fidéliser un client-consommateur,
l'opérateur économique doit adopter une approche structurée
et centrée sur les besoins de ce consommateur

Les principales actions à entreprendre par un opérateur économique :

1. Étude de marché approfondie

Segmenter le marché en sous-groupes selon des critères comme l'âge, les revenus, les préférences, les habitudes d'achat, etc.

Analyser les besoins : Comprendre les besoins spécifiques *des segments cibles*, en s'appuyant sur des enquêtes, des groupes de discussion, ou des analyses de données comportementales.

Un travail à faire élaborer par un professionnel

Les principales actions à entreprendre par un opérateur économique :

2. Offre de produits adaptée

Différenciation des produits : Proposer des produits qui se distinguent par leur qualité, leur fonctionnalité, leur design ou leur prix par rapport à la concurrence.

Innovation continue : Adapter régulièrement les produits en fonction des attentes évolutives des consommateurs, tout en intégrant les innovations technologiques et écologiques.

Les principales actions à entreprendre par un opérateur économique :

3. Stratégie marketing efficace

Positionnement clair : Le produit doit être clairement positionné dans l'esprit du consommateur, avec des messages publicitaires qui reflètent ses valeurs et répondent à ses attentes.

Communication ciblée : Utiliser des canaux de communication pertinents (réseaux sociaux, publicités en ligne, médias traditionnels) pour toucher le public cible là où il est le plus présent.

Les principales actions à entreprendre par un opérateur économique :

4. Offre de valeur et expérience client

Proposition d'avantages et valeurs : Offrir un avantage distinct et unique , tel qu'un avantage sur le prix , un bon rapport qualité/prix, une fonctionnalité unique ou un service après-vente exceptionnel....etc

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

1. Le bouche-à-oreille

Recommandations personnelles : Les consommateurs satisfaits peuvent recommander le produit à leur entourage, amis, famille, ou collègues. Cela crée une publicité organique et authentique, souvent plus puissante que des publicités traditionnelles.

Avis en ligne et témoignages : Les critiques positives sur les plateformes d'avis (en ligne) et les réseaux sociaux peuvent renforcer la crédibilité d'un produit et attirer de nouveaux clients.

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

2. Marketing via les réseaux sociaux

Partage de contenu : Les consommateurs peuvent partager des publications, vidéos ou photos du produit qu'ils utilisent sur leurs propres réseaux sociaux, augmentant ainsi la visibilité de la marque.

Encourager les utilisateurs à créer du contenu autour de leurs produits (photos, vidéos, tutoriels) que la marque peut ensuite partager, augmentant ainsi son engagement et sa portée.

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

3. Ambassadeurs de marque

Programme d'ambassadeurs : Les entreprises peuvent encourager certains clients fidèles à devenir des « ambassadeurs » de marque en leur offrant des récompenses en échange de la promotion active. Ces ambassadeurs aident à renforcer la réputation de la marque par leur crédibilité.

Marketing d'influence : Un consommateur ayant une influence sur les réseaux peut devenir un influenceur et promouvoir un produit à son audience.

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

4. Feedback pour l'amélioration

Suggestions et retours : Les consommateurs peuvent fournir des commentaires constructifs qui permettent à l'entreprise d'améliorer ses produits ou services. Cela aide à mieux répondre aux besoins du marché et à fidéliser la clientèle.

Tests ou sondages : Certaines entreprises impliquent leurs consommateurs dans des tests de nouveaux produits ou des études de marché, permettant ainsi de mieux cerner les attentes avant le lancement officiel.

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

5. Fidélité et engagement

Programmes de fidélité : Un consommateur qui s'inscrit à un programme de fidélité ou qui achète régulièrement contribue directement à la stabilité de l'entreprise. Ces clients sont aussi plus susceptibles de recommander la marque et de participer à des événements promotionnels.

Participation à des événements : Certains consommateurs participent à des événements en ligne ou physiques (lancements de produits, webinars, conférences) qui renforcent l'image de la marque.

Et Le rôle du consommateur ?

Comment pourrait contribuer un consommateur au développement d'une entreprise ?

6. Co-création

Développement de produits : Certaines entreprises font participer leurs consommateurs dans le processus de conception des produits, en recueillant des idées ou en leur permettant de voter sur certaines caractéristiques. Cela permet de créer un produit qui correspond aux attentes du marché.

En Conclusion

Pour qu'un rapport de « ***gagnant-gagnant*** » s'établisse entre un opérateur économique (producteur) et un consommateur, plusieurs éléments doivent être réunis, et voici les bases de ce rapport :

- 1. Qualité des produits ou services**
- 2. Transparence et éthique**
- 3. Prix justes**
- 4. Service après-vente et support client**
- 5. Innovation et amélioration continue**
- 6. Relation de fidélité et récompenses**
- 7. Écoute et personnalisation**

En Résumé

Le producteur gagne en vendant davantage, en fidélisant ses clients et en améliorant sa réputation.

Le consommateur, quant à lui, obtient des produits qui correspondent à ses attentes, au juste prix, et bénéficie d'un service global (qualité, éthique, service après-vente) satisfaisant.

Un tel équilibre génère une relation durable et mutuellement bénéfique.

**L'essentiel de la séance se fera avec vous ..
Donc....à vous la parole !**

Merci à tous

HACENE MENOUAR

Tel/ WhatsApp : 0555 99 08 20

www.el-aman.com