

Méthodes de collecte des préférences des clients sur Internet

Michel Calciu (<http://mihai.calciu.free.fr>)

Méthodes de collecte de la préférence

Accompagner le processus de développement de nouveaux produits

La «pompe d'informations» est une technique qui intervient tôt dans le processus, elle utilise le web pour engager les clients dans un jeu de communication qui ressemble aux méthodes de type Delphi et permet de capter le langage du client vis-à-vis d'un concept de produit nouveau et dégager des jugements qui parfois sont difficiles à exprimer.

La «fast polyhedral conjoint analysis» permet aux équipes RD d'évaluer un nombre important d'attributs de manière économique et d'identifier ceux qui sont les plus prometteurs pour des développements futurs.

Les interfaces interactives sur le web pour l'analyse conjointe permettent de transposer ces méthodes qui ont fait leurs preuves dans les environnements off-line vers l'Internet et d'exploiter les nouvelles possibilités hypermédia de présentation des concepts de produits.

La conception par l'utilisateur (user design) de concepts virtuels de produits, permet aux équipes de RD de comprendre des interactions complexes entre de attributs.

Quand les produits arrivent en phase de test, le «test de concept virtuel» peut se faire sans la présence effective d'un prototype réel.

En combinant les concepts virtuels avec des techniques de simulation de marché virtuels (marché virtuel à terme d'actions, bourse des concepts) on trouve des nouvelles modalités pour identifier les concepts gagnants.

Présentation des méthodes

Analyse conjointe sur le web

Analyse conjointe sur le web

Estimation conjointe adaptative par polyèdres rapides

Estimation conjointe adaptative par polyedres rapides

Conception par l'utilisateur

Conception par l'utilisateur

Test de concept virtuel

Test de concept virtuel

Négociation virtuelle de concepts

Negociation virtuelle de concepts

La pompe d'informations

La pompe d'informations

Introduction

NTIC et le développement de produits nouveaux

- facilité des interactions entre équipes multidisciplinaires et délocalisées
- réduction substantielle des délais de ré-formulation des produits (jours vs. 6 mois et plus)
- continuité et itérativité dans l'évaluation rapide des idées et des attributs source d'enchantement.

NTIC et collecte des données

- Accessibilité accrue et moins chère aux inputs clients

- Hypermédia et réalisme dans la présentation des concepts de produits
- Adaptabilité et personnalisation des procédures de questionnement

Communication, Conceptualisation et Calcul

- Communication
 - o Durée de collecte raccourcie (jours vs. Semaines)
 - o Accès rapide au consommateurs (ex. panels en ligne)
 - o Facilité de mise en ligne et automatisation de la collecte et du traitement des données
 - o Communications entre répondants
 - o Limites (capter l'attention)
- Conceptualisation
 - o Hypermédia : réalité virtuelle, interaction, richesse média
- Calcul
 - o Questionnement adaptative
 - o Calculs en temps réel (prix etc.)