

Analyse des réponses de la partie III : Wait Marketing- Moments d'attente-

Résumé de la partie :

Le « Wait Marketing » est une nouvelle approche de la publicité qui peut s'appliquer à n'importe quelle cible et segmentation .Il permet d'amener le consommateur à survoler le monde de la publicité passivement au lieu de compter les minutes qui lui reste devant la file d'attente ! Cette nouvelle approche de communication en perspective marketing suppose un bon ciblage et une étude détaillé du comportement de cette cible.

1- Qu'évoque pour vous le concept du wait marketing ?

La majorité des professionnels du domaine ne connaissent pas la notion du Wait Marketing. Mais la notion existe dans les prestations offertes, le problème qui se pose c'est la nomination ignorée. Ainsi le concept est assimilé à une stratégie de communication marketing dont le but est d'influencer le comportement du consommateur en communiquant en moment d'attente.

2- Selon vous, quels sont les moments d'attente idéals pour le consommateur marocain ?

La plupart des réponses tournent autour des moments d'attente en transport public (train, bus,...) et la majorité des personnes interrogées voit en le café le moment idéal pour pratiquer du Wait Marketing auprès du consommateur marocain, au café s'ajoute le moment d'attente chez le médecin et dans l'administration publique.

3- Comment réagissent, selon vous, les consommateurs aux messages publicitaires ? Sont-ils réellement prédisposés à recevoir les dits messages ?

Le consommateur est prédisposé lorsque le contenu du message le touche et intègre la variable de sa culture, car elle est déterminante lorsqu'il s'agit de comprendre les besoins et les comportements d'un individu.

4- Le « Wait Marketing » éveille-t-il un sentiment agressif ?

Le « Wait Marketing » est conçu à la base pour être un moyen de divertissement cherchant à capter l'œil du consommateur afin de lui transmettre des messages publicitaires au lieu de le laisser songer dans l'au-delà .Toutefois , si le moment du lancement du message n'est pas bien choisi et que ce dernier soit trop chargé , on risque de provoquer cette sensation d'animosité chez le consommateur !

5- Existe-il des niches auxquelles seul le « Wait Marketing » est applicable ?

Communément, le « Wait Marketing » est qualifié d'un moyen de publicité de masse vue qu'il peut s'appliquer à n'importe quel segment, en d'autres termes c'est un moyen de communication universel ! Néanmoins, les niches peuvent varier selon les produits proposés, la situation de la publicité mais aussi en fonction de la faisabilité de la communication.

6- Avec le « Wait Marketing » la publicité est-elle enfin abordable ?

Indubitablement, le « Wait Marketing » est une préconisation de l'approche gagnant -gagnant et un outil de minimisation du budget alloué à la publicité, d'ailleurs, il est à noter que le Wait Marketing et la publicité vont en pair .Nonobstant, certains experts pensent que la publicité a été toujours abordable avec ou sans cette nouvelle forme de Marketing !