

Les critères supplémentaires qui peuvent jouer un rôle sur le comportement du consommateur.

Lors de l'étape de l'analyse des résultats de l'étude qualitative, on a pu identifier les critères supplémentaires qui influencent le comportement de consommateur.

– L'âge et cycle de vie :

En se référant aux études qualitatives, on a pu repérer que les services consommés par une personne évoluent tout au long de sa vie. L'individu modifie donc ses comportements de consommation en général, ses vêtements, ses meubles, ses désirs, ses centres d'intérêts et ses loisirs.

Alors, plus on grandit et on évolue dans le temps, plus on commence à s'intéresser à notre bien-être et à s'intéresser éventuellement à notre divertissement. Par conséquent, on aura tendance d'aller aux parcs de loisir.

– La position économique :

A partir des résultats de notre questionnaire, on a pu savoir que la position économique d'une personne détermine largement ce qu'elle est en mesure d'acheter ou de consommer. Cette position est généralement en fonction de son revenu, son statut et sa position au sein de la société.

En conséquence, une personne un peu aisée, s'intéressera beaucoup à son bien-être et aura par conséquent intérêt d'aller aux parcs de loisir.

– Le style de vie :

Le style de vie d'un individu regroupe l'ensemble de ses activités, centres d'intérêt, valeurs et opinions. Le style de vie d'un consommateur va influencer son comportement et ses décisions d'achat.

- La personnalité et le concept de soi :

Notre revue de littérature nous a permis de savoir que tout individu a une personnalité qu'il exprime à travers son comportement d'achat. Celle-ci s'exprime, en général, sous forme de trait : confiance en soi, autonomie, sociabilité, adaptabilité, introversion, impulsivité, créativité....

La personnalité est une variable utile pour analyser la décision d'un individu.