

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET
DES SCIENCES GESTION.**

Département des Sciences Commerciales

**Mémoire de fin de Cycle
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales
Option : Marketing**

Le comportement du consommateur face à la nouvelle technologie 4GLTE FIXE

**CAS PRATIQUE :
ALGERIE TELECOM**

Réalisé par :

Karima MAKHLOUFI

Souhila MEZALI

Encadreur :

Mlle S.LADJOUZI

Maitre assistance à l'université

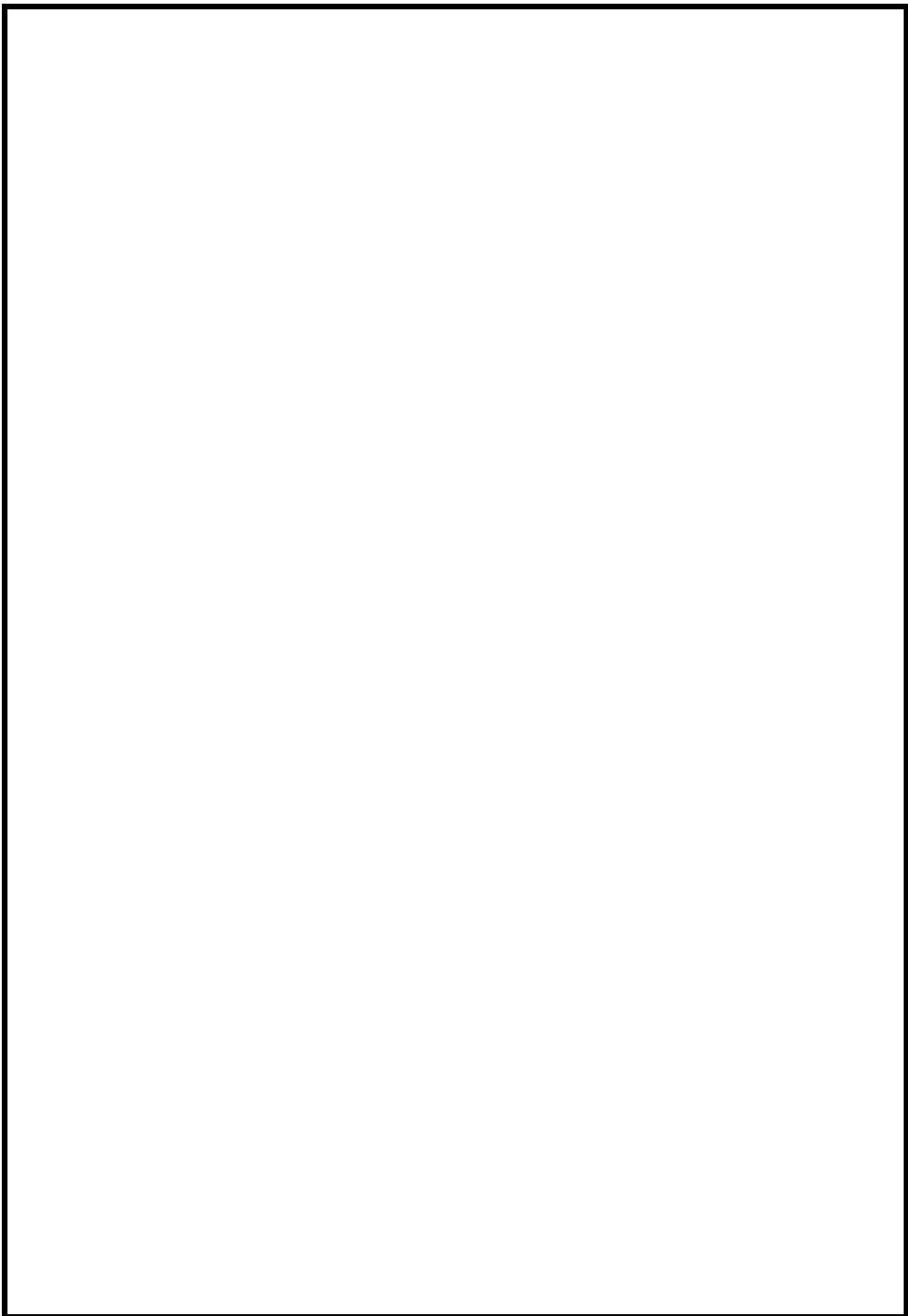
A. Mira

Devant le jury composé de :

Mme AZAMOUM

Mme.BOUDA

Promotion 2014-2015



Résumé:

Le souci de bien-être et de confort constitue l'objectif primordial des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui ont créé chez les personnes le besoin d'utilisation de ses nouvelles technologies, il a transformé notre mode de vie, toute personne connecté à toute heure ce qui permet de rester en contact avec ses proches et même avoir des nouvelles connaissances, suivre l'actualité et faire des recherches.

Les nouvelles technologies ont connu une croissance exceptionnelle dans le monde ; et en Algérie en particulier, où le succès dépasse les prévisions, surtout après les réformes qu'a subies le secteur de télécommunication, avant l'an 2013 les clients non satisfaits des services internet disponibles (2G), depuis les choses ont bien changé avec l'évolution dans le secteur de télécommunication en générale, en particulier les services internet (3G ,4G) ; notre intérêt a pour objet d'élaborer une étude sur le comportement du consommateur de Bejaia face à la nouvelle technologie 4G LTE fixe dans le but de connaître et de comprendre ses attentes et désirs et analyser l'influence de cette dernière technologie dans la prise de décision d'achat.

Mots clés : 4G LTE, comportement de consommateur.

Abstract:

The concern (marigold) of well being and of comfort establish the objective essential of the news information technologies and of the communication which make created to the staffs the need of use from its news technologies, it transformed our lifestyle, every person connected at any time what allows to keep in touch with his her close friends and same credit note of new knowledge, follow the current event and make searches.

The news technologies make known a growth exceptional in the word, and in Algeria in particular or the success exceed (overtake) them forecasts, especially later the reforms that has undergone the sector of telecommunication, before the year 2013 the customers unsatisfied services (departments) internet available(2G), since things make changed well with the evolution in the sector of telecommunication generally; in particular the internet services (departments) (3G, 4G), our interest in for object to develop a study the behavior of the consumer of Bejaia in the face of(in front of) nouvelle technologies 4G fixed LTE in the purpose to know and to understand (include) his expectations(waits) and desires and analyze the influence of this last technology in the grip (taking) of decision of purchase.

Keywords: 4G LTE, Behavior of consume.

Je dédie ce modeste travail :

- ❖ *A mes chères parentes qui m'ont soutenus durant mon cursus scolaire, principalement ma très chère mère qui m'apportée tout le soutien nécessaire.*
- ❖ *A mes chères frères et sœurs.*
- ❖ *A toute ma famille.*
- ❖ *A toi mon amie binôme souhila.*
- ❖ *A tous ceux que je ne cite pas mais aux quels je pense très fort.*

Karima

Je dédicace ce travail de fin d'étude @ :

Mes très chers parents qui ont sacrifié tous pour mon bonheur et qui ont partagés mes malheurs.

Mon cher frère : Lamine &tendres sœurs

Dédicace spéciale pour ma collègue, amie et binôme karima.....MERCI

Et a tout mes amis (es) .et tous ceux qui me connaissent de prés ou de loin.

La mémoire de mes grands parents

Souhila

Remerciements

En achevant ce travail de fin d'étude nous tenons à remercier

Notre promotrice, chargée du suivi de notre travail, Mademoiselle :

LADJOUZI.S

Pour ses encouragements à effectuer cette étude, ses conseils précieux
et sa disponibilité.

Nous tenons, ensuite, à adresser une pensée reconnaissante à tout le
personnel d'Algérie Télécom qui nous ont chaleureusement
accueillies.

Merci à nos enseignants qui nous ont permis d'apprendre et de mettre
en pratique tous nos acquis théorique et de nous ouvrir sur le monde
professionnel.

A toute la promotion science commerciales.

Nos familles et tous ceux qui nous ont aidé à réaliser ce travail.

Souhila&karima

Liste des tableaux

<u>Tableau N°01</u> : Cycle de vie familial et comportement d'achat.....	12
<u>Tableau N°02</u> : Les offres de l'ADSL.....	69
<u>Tableau N°03</u> : Les offres de service 4G LTE d'Algérie Télécom.....	70
<u>Tableau N°04</u> : Tableau de l'échantillon selon le sexe.....	77
<u>Tableau N°05</u> : Tableau de l'échantillon selon l'âge.....	78
<u>Tableau N°06</u> : Tableau d'échantillon selon ne niveau scolaire.....	79
<u>Tableau N°07</u> : Tableau de l'échantillon de la Catégorie socioprofessionnelle.....	80
<u>Tableau N°08</u> : Tableau de l'échantillon des utilisateurs internet.....	82
<u>Tableau N°09</u> : Tableau de l'échantillon des types d'internet.....	82
<u>Tableau N°10</u> : Tableau de l'échantillon des abonnées de la 4G LTE.....	83
<u>Tableau N°11</u> : Tableau de l'échantillon de l'influence d'achat de service 4G LTE...	85
<u>Tableau N°12</u> : Tableau de l'échantillon des membres de familles utilisant la connexion 4G LTE.	86
<u>Tableau N°13</u> : Les buts des utilisateurs dans l'utilisation de la connexion 4G LTE...	87
<u>Tableau N°14</u> : Tableau de l'échantillon Le temps consacré dans utilisation de la connexion 4G LTE.....	88
<u>Tableau N°15</u> : Tableau de l'échantillon des qualifications de bonne connexion.....	89
<u>Tableau N°16</u> : Tableau de l'échantillon d'appréciation des prix par rapport Aux débits.....	90
<u>Tableau N°17</u> : Tableau de l'échantillon de degré de satisfaction des internautes face aux Services de la connexion 4G LTE.....	91
<u>Tableau N°18</u> : Tableau de l'échantillon des suggestions des utilisateurs pour l'amélioration Des services 4G LTE.....	93
<u>Tableau N°19</u> : Tableau de l'échantillon entre les débits achetés et les prix payé Par mois.....	94
<u>Tableau N°20</u> : Tableau de l'échantillon entre la variable but d'utilisation et le temps Journalier.....	96

Liste des tableaux

<u>Tableau N°21</u> : Tableau de l'échantillon entre la variable de revenu la catégorie.....	98
Socioprofessionnelle.	
<u>Tableau N° 22</u> : Tableau de l'échantillon entre la variable de degré de satisfaction et les Critères de choix	100
<u>Tableau N° 23</u> : Tri croisé entre la variable de degré de satisfaction et . La bonne connexion.....	.101
<u>Tableau N° 24</u> : Tableau de l'échantillon entre la variable d'influence Sur l'acte d'usage.....	103



Liste des figures

<u>Figure N° 01</u> : Objectifs de l'étude du comportement du consommateur.....	09
<u>Figure N° 02</u> : La hiérarchie des besoins selon A. Maslow.....	15
<u>Figure N° 03</u> : Le processus de mémorisation.....	20
<u>Figure N° 04</u> : Les différentes étapes du processus d'achat.....	24
<u>Figure N° 05</u> : étapes de l'évolution des solutions de la décision d'achat.....	29
<u>Figure N°06</u> : Les quatre caractéristiques des services.....	35
<u>Figure N° 07</u> : niveau d'organisation de l'entreprise.....	61
<u>Figure N° 08</u> : L'analyse SWOT d'Algérie Télécom.....	68
<u>Figure N° 09</u> : Répartition de l'échantillon selon le sexe.....	78
<u>Figure N° 10</u> : Répartition de l'échantillon selon l'âge.....	79
<u>Figure N° 11</u> : Répartition de l'échantillon selon le niveau scolaire.....	80
<u>Figure N° 12</u> : Répartition de l'échantillon selon la catégorie socioprofessionnelle....	81
<u>Figure N° 13</u> : Répartition de l'échantillon selon les utilisations internet.....	82
<u>Figure N° 14</u> : Répartition selon la connexion utiliser.....	83
<u>Figure N° 15</u> : Répartition selon les critères de choix.....	84
<u>Figure N° 16</u> : Répartition selon l'influence d'achat.....	85
<u>Figure N° 17</u> : Répartition selon les membres de la famille utilisant la 4G LTE.....	86
<u>Figure N° 18</u> : Répartition selon l'objectif de l'utilisation.....	87
<u>Figure N° 19</u> : Répartition selon le temps passer au web.....	88
<u>Figure N° 20</u> : Répartition selon les critères de bonne connexion.....	89
<u>Figure N° 21</u> : Répartition selon l'appréciation des prix par rapport aux débits.....	90
<u>Figure N° 22</u> : Répartition selon le degré de satisfaction.....	92

Liste des figures

<u>Figure N° 23</u> : Répartition selon les suggestions pour l'amélioration de Connexion 4G LTE.....	93
<u>Figure N° 24</u> : répartition entre les débits achetés et les prix payé.....	95
<u>Figure N° 25</u> : répartition entre le but d'utilisation et le temps journalier.....	97
<u>Figure N° 26</u> : Répartition entre le revenu et catégorie socioprofessionnel.....	99
<u>Figure N° 27</u> : Le tri croisé entre le degré de satisfaction et les critères de choix.....	100
<u>Figure N° 28</u> : répartition entre le degré de satisfaction et la bonne connexion.....	102
<u>Figure N° 29</u> : répartition entre les variables d'influence et l'acte d'usage.....	103
