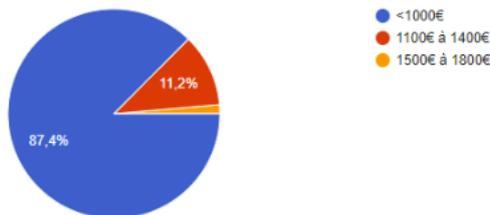


III. Analyse

Par la suite , nous avons récolté les résultats de notre enquête et les avons analysés. Selon les résultats de notre analyse, nous pouvons constater que plus de 80% des jeunes possèdent un Iphone, notamment l'Iphone 11, 7 et 6. Parmi ceux qui ont acheté un Iphone leurs principales motivations d'achats sont dans un premier temps le design (72.5%), l'utilité (64%) et la facilité d'utilisation (59.8%). Cependant ceux n'ayant pas d'Iphone (20%) sont freinés par le prix pour 87.8% d'entre eux puis par son manque d'autonomie et sa fragilité d'utilisation. Parmi les 8,6% de personnes achetant systématiquement les nouvelles sorties, celles-ci sont prêtes à dépenser plus de 1000 euros dans un nouvel Iphone.



Jusqu'à quel prix seriez vous prêt à aller pour avoir le dernier Iphone ?
214 réponses



On a l'impression grâce aux résultats obtenus que peu importe l'action menée par Apple les consommateurs seront toujours prêts à consommer chez eux (74.9% des consommateurs APPLE souhaitent rester fidèle). Ainsi, le prix ou encore l'utilité du produit influence peu l'achat des consommateurs. Les consommateurs sont attirés par l'effet de mode, ceux que dégage la marque mais aussi l'impact du regard des autres. Néanmoins, certains consommateurs APPLE achètent des Iphones comme réel outil de travail et exploitent à 100% l'utilisation, la technicité, le logiciel et la praticité. Malgré une forte appartenance à la marque APPLE les consommateurs ne déclarent pas une satisfaction maximale du produit. On note donc une concordance entre ces résultats et les résultats antérieurs.