

ARCInfo

Eclairage

| NOS ÉCLAIRAGES

L'enfer, c'est les autres

ECLAIRAGE Des consommateurs de plus en plus perçus comme dérangeants par d'autres clients? Olivier Furrer, professeur de marketing à l'Université de Fribourg, évoque une étude récente.

🕒 06.05.2021, 00:00

PREMIUM



Une terrasse à Lugano en temps de pandémie: les clients peuvent-ils être perçus comme une menace? Keystone



«L'enfer, c'est les autres.» Cette citation de Jean-Paul Sartre extraite de la pièce «Huis clos» évoque les sentiments que l'on peut avoir vis-à-vis du regard et du jugement des autres. Mais il n'y a pas que leur regard qui dérange, leurs comportements aussi.

Aujourd'hui, à l'heure de la réouverture des terrasses et des retrouvailles post-confinement, on parle surtout du plaisir, du bonheur même, de retrouver les autres.

Mais sur ces terrasses, ces autres peuvent aussi représenter une source de menaces (ne sont-ils pas assis trop près, ne sont-ils pas contagieux?) et de désagréments (cette terrasse est vraiment trop bruyante), que ce soit par leurs comportements ou même parfois leur simple présence (quelle longue file d'attente avant d'enfin pouvoir être servi).

Une étude menée à l'Université de Fribourg relève que les autres consommateurs sont de plus en plus souvent perçus comme dérangeants et affectant la satisfaction de nombreux clients.

Les autres clients peuvent déranger et nuire à notre satisfaction

Beaucoup d'entre nous avons encore en mémoire ce très très long trajet en train assis à côté de cet autre voyageur qui hurlait dans son téléphone portable ou ce groupe de supporters fêtant la victoire de leur équipe de foot, qui un samedi soir, a gâché notre souper romantique.

Que ce soit de manière volontaire ou pas, les autres clients peuvent déranger et nuire à notre satisfaction. Insatisfaction bien souvent aggravée parce que beaucoup d'entre nous sommes trop timides ou pas assez courageux pour intervenir et demander à celui ou ceux qui nous dérangent d'arrêter.

Nous préférons qu'un autre client, dérangé lui aussi, agisse à notre place ou mieux encore, qu'un employé de l'entreprise (serveur ou contrôleur) intervienne et fasse cesser le comportement dérangeant. Malheureusement, c'est souvent à ce moment-là, au moment où l'on a besoin d'eux, que ceux-ci sont invisibles ou qu'ils regardent dans une autre direction.

Si beaucoup d'entreprises ont aujourd'hui mis en place des procédures pour gérer les relations avec leurs clients, peu encore savent comment gérer les interactions entre clients, et pourtant, il s'agit également de marketing. Ainsi, les entreprises de services gagneraient à s'intéresser de plus près à ces interactions qui, elles aussi, impactent la satisfaction de leurs clients.