

1. Record Nr.	UNINA9910133542203321
Autore	Jean Caelen (dir.)
Titolo	Le consommateur au coeur de l'innovation [[electronic resource] /] / Jean Caelen
Pubbl/distr/stampa	CNRS Éditions, 2004 France : , : CNRS editions, , 2004
ISBN	2-271-07796-6
Descrizione fisica	1 online resource (212 pages) : illustrations, charts
Collana	CNRS Sociologie
Soggetti	Commerce Business & Economics Marketing & Sales
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Sommario/riassunto	Cet ouvrage pose le problème essentiel de la conception de produits et services interactifs innovants - téléphones portables, stylos " intelligents "...- adaptés à l'usage des consommateurs. Ceux-ci, bien souvent, sont choisis pour cible des marchés mais n'interviennent pas en amont. À la fois pour des raisons de concurrence - il s'agit pour les industriels de réduire le délai de la mise sur le marché depuis la première idée - et des raisons d'adéquation aux besoins des utilisateurs, il est impératif de faire intervenir les consommateurs au plus tôt dans le cycle de vie, c'est-à-dire dès la phase de conception. Plus que jamais, un produit doit correspondre à des attentes pour avoir des chances de se diffuser auprès d'un marché d'utilisateurs professionnels ou privés. La " conception participative " répond à ces exigences : elle fait coopérer l'ensemble des acteurs de la conception (donneur d'ordre, entreprises, chef de projet, ingénieurs, ergonomes, spécialistes des sciences humaines et sociales...) en faisant intervenir tout de suite le consommateur dans toutes ses dimensions, sociale, économique et ergonomique. Cette méthode a l'avantage d'accélérer le processus vers la commercialisation. L'ouvrage mobilise les meilleurs spécialistes du domaine : sociologues de l'usage, ergonomes,

économistes et informaticiens. Il s'agit d'une approche globale, avec une démarche intégrative, pour une meilleure compétitivité des produits tournés vers l'usage des consommateurs.
