

Qu'est ce qui fait vendre un PC en ligne ?

Réalisée début décembre 2003, l'étude d'InsightExpress confirme que la marque reste un élément essentiel dans l'acte d'achat d'un PC, et se détache nettement devant d'autres considérations, comme le prix ou les performances.

- 26% - Marque - 19% - Offres additionnelles (carte réseau sans fil, imprimante couleur, etc.) - 17% - Complément multimédia (graveur de CD ou DVD) - 17% - Prix - 11% - Mémoire RAM - 10% - Capacité du disque dur Le classement des marques est révélateur à la fois de leur positionnement concurrentiel et de leur investissement marketing et publicitaire. A noter que l'étude américaine place Gateway en seconde place, alors que l'assembleur n'est plus présent en Europe. - 31% - Hewlett Packard - 24% - Gateway - 19% - Dell - 14% - Apple - 8% - Compaq - 5% - Sony Il est surprenant de constater que premier fabricant mondial de PC, Dell, ne figure qu'en troisième position, tandis que HP continue de bénéficier d'une forte notoriété, et que Apple se place bien aux Etats-Unis.