



Université
franco-allemande
Deutsch-Französische
Hochschule

Essais sur la Smart Customisation : Vers une Meilleure Compréhension de la Perspective Client sur les Offres de Smart Customisation

Au cours de la dernière décennie, les technologies de l'information et de la communication intégrées aux produits de consommation ont considérablement modifié la nature de leurs usages. Réactives, les entreprises se sont emparées de ces nouvelles technologies et proposent aux consommateurs de customiser leurs produits quotidiens après achat. J'ai intitulé cette approche "Smart Customization", dans ma thèse. L'idée étant que, pour qu'une telle customisation "intelligente" ait lieu, il faut intégrer directement des boîtes à outils intelligentes (ou smart UTCD) dans nos produits de consommation. Ces boîtes à outils intelligentes sont ensuite destinées à guider les consommateurs dans le procédé de customisation de leurs objets. Actuellement, il n'y a pas véritablement de recherche académique alors que la presse industrielle évoque la smart customization comme une opportunité à exploiter. Il semble pourtant essentiel, outre le fait de conceptualiser cette approche, d'identifier les facteurs de succès de ces nouvelles offres de customisation, en adoptant le point de vue du consommateur sur l'élément principal « Smart UTCD ». C'est ce qui a déterminé l'objectif de ma thèse. Via une étude d'acceptance technologique dans le papier I, un choice-based conjoint analysis dans l'article II et une étude des mécanismes de co-conception qui ont lieu entre le consommateur et l'outil de conception « smart UTCD », je participe à la recherche sur la smart customisation. Egalement, cette recherche permet de proposer des tactiques de design aux industriels afin que leurs offres de smart customisation soient parfaitement adaptées au client cible.