



Wifi: **Ipsos**

Sans mot de passe



Pour échanger avec nous: **#OneMarketLive**

**ONE
MARKET**

2015



Ipsos

ONE MARKET EN 3 POINTS



ONE MARKET
2015
+ de 21 000 interviews



ONE MARKET
2014
10 000 interviews



ONE MARKET EN 3 POINTS

SINGLE SOURCE



QUESTIONNAIRES
MÉDIA



QUESTIONNAIRES
MARCHÉ



ONE MARKET EN 3 POINTS

DES TAUX DE RETOURS
OPTIMISÉS

71%

83%

ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES

ONE

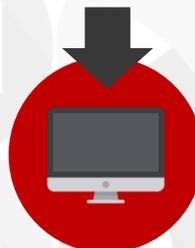


86% en CAWI
(en ligne)



14% en CAPI
(face à face)

ONE
MARKET



CAWI
(en ligne)



QUESTIONNAIRES MARCHÉ

**12
SECTEURS**

**+ DE 1300
MARQUES
PRODUITS
ENSEIGNES**

**REGROUPEMENTS
MARQUES
PRODUITS
ENSEIGNES**

PSYCHOGRAPHICS

CONSUMER & BRAND INSIGHTS

**+ DE 200
ITEMS**
ATTITUDES
OPINIONS
VALEURS

**NIVEAUX
D'INFLUENCE**
PAR SECTEUR

**NIVEAUX
D'IMPLICATION**
SUR LES RÉSEAUX
SOCIAUX

10
CIBLES
ETAPES DE LA VIE

12
CIBLES
COMPORTEMENTALES



REMBOBINEZ S'IL VOUS PLAÎT

UN RETOUR AUX
FONDAMENTAUX
DANS LA RELATION
MARQUE - CONSOMMATEUR

VERS UN MARKETING POST-DEMOGRAPHIQUE

DES CONSOMMATEURS QUI NE SE COMPORTENT PAS
COMME ILS « DEVRAIENT »



VERS UNE NOUVELLE AUTHENTICITÉ ?

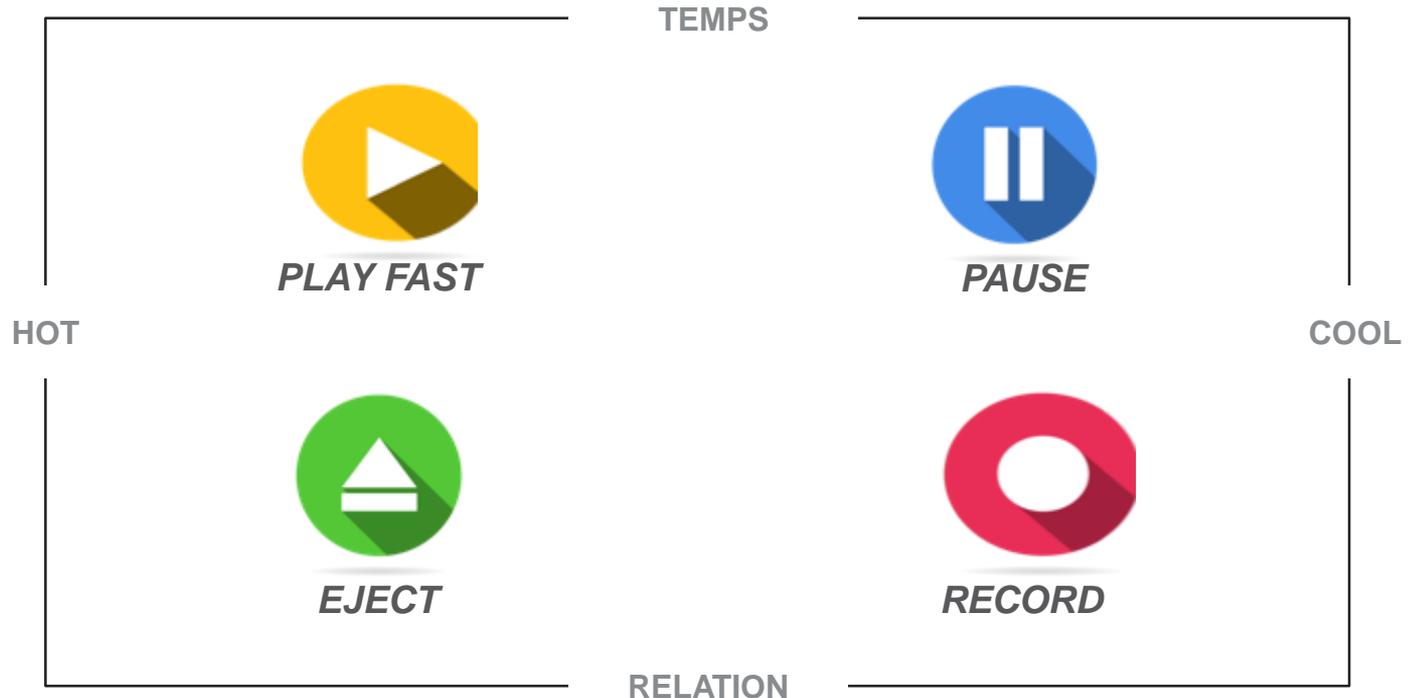


*Auparavant et pour tout le monde, trouver l'âge et le sexe d'un consommateur était fantastique. Mais avec l'expérience, nous avons appris que c'était quasi-inutile. Ce n'est pas ce que les consommateurs sont d'un point de vue superficiel (âge, sexe, géographie) qui est déterminant, ni même ce qu'ils nous disent sur eux... **mais bien ce qu'ils font***

Todd Yellin, Netflix



AUTHENTICITÉ & SIMPLICITÉ RELATIONNELLES



TINDERISATION
INFIDÉLITÉ
EXPÉRIENCE



PLAY FAST

INSTANTANÉITÉ
SIMPLICITÉ
IMAGE



**BIENVENUE DANS L'ECONOMIE
DE L'EXPÉRIENCE CLIENT !**

UN ENJEU D'ÉQUILIBRE ENTRE
INTENSITÉ RELATIONNELLE
& PRÉSENCE EXCESSIVE



SENS
RESPONSABLE
QUALITÉ

PAUSE

TRANSPARENCE
AUTHENTICITÉ
RÉFLEXION



**LE BESOIN DE SIMPLIFICATION
& D'AUTHENTICITÉ AU CŒUR DES
ATTENTES**

**UN ENJEU DE SYNCHRONISATION :
RETRouver UN RYTHME, UNE
UTILITÉ, UN SENS.**





S'EXTRAIRE DU JEU
REMISE EN QUESTION
DÉTOURNEMENT DES CODES

EJECT

CULTURE TRANS
AFFIRMER SES CHOIX
FACILITER LA PERSONNALISATION

UN RISQUE DE DÉCROCHAGE DANS LA RELATION MARQUE- CONSOMMATEUR

UN ENJEU DE RENOUVELLEMENT :
ROMPRE AVEC LES CLICHÉS,
SURPRENDRE ET APPORTER UNE VISION





RÉALLIANCE
HUMANISATION
ÉCOUTE



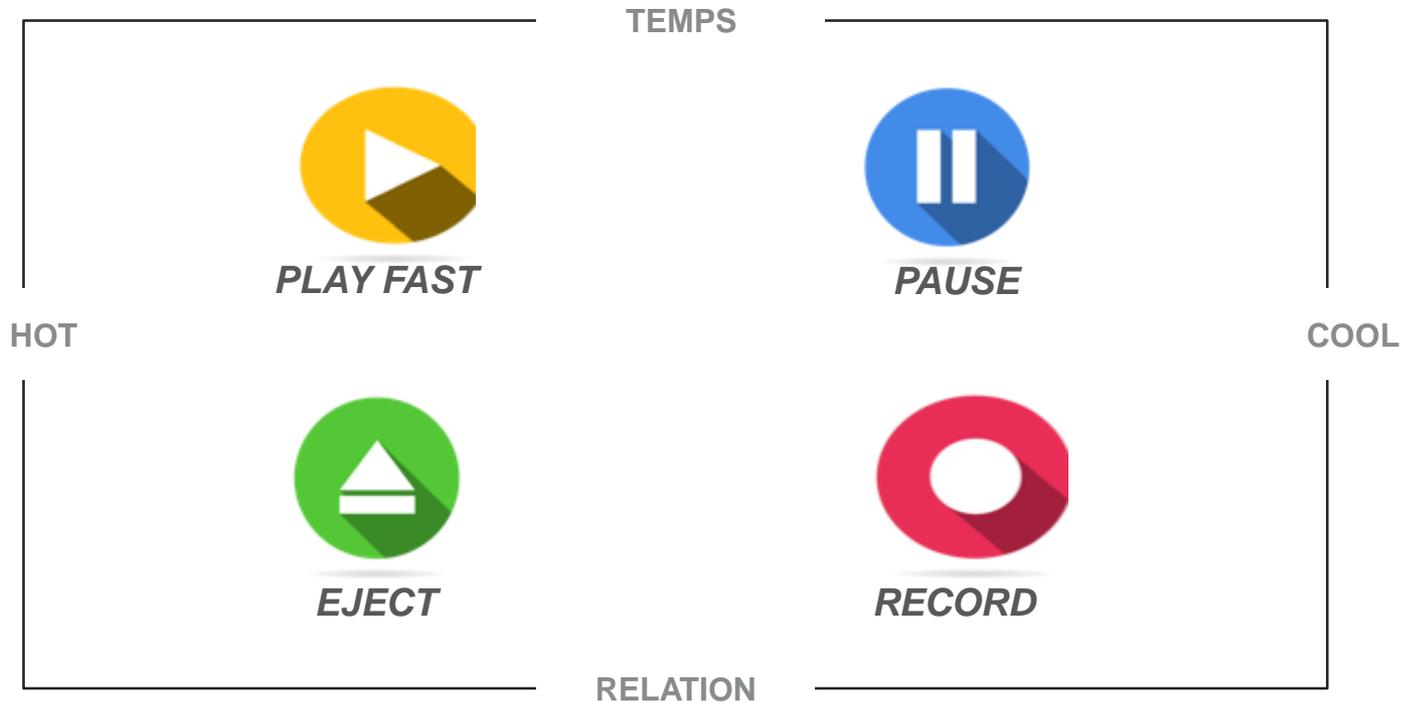
RECORD

PERSONNALISATION
COMPRÉHENSION
RESPECT

**LE BESOIN DE RÉALLIANCE &
D'HUMANISATION
EST PLUS FORT QUE JAMAIS**
UN ENJEU DE COMPRÉHENSION DE LA
RELATION DE RÉCIPROCITÉ



AGILITÉ ET RÉCIPROCITÉ DE LA RELATION





MERCI !