

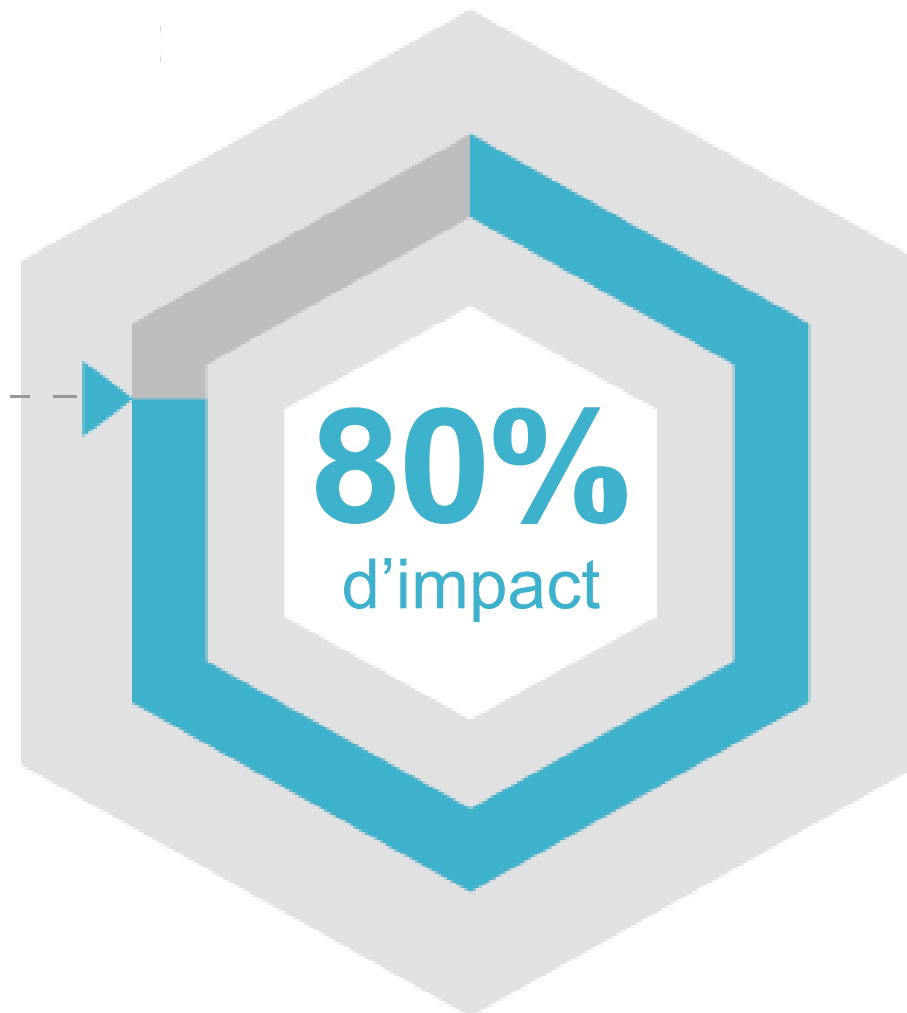
KANTAR TNS.

Expérience de marque :
Et l'humain ... nom d'un chien



Seule une minorité de points de contact ont un réel impact

20%
des points
de contact



Source : CONNECT

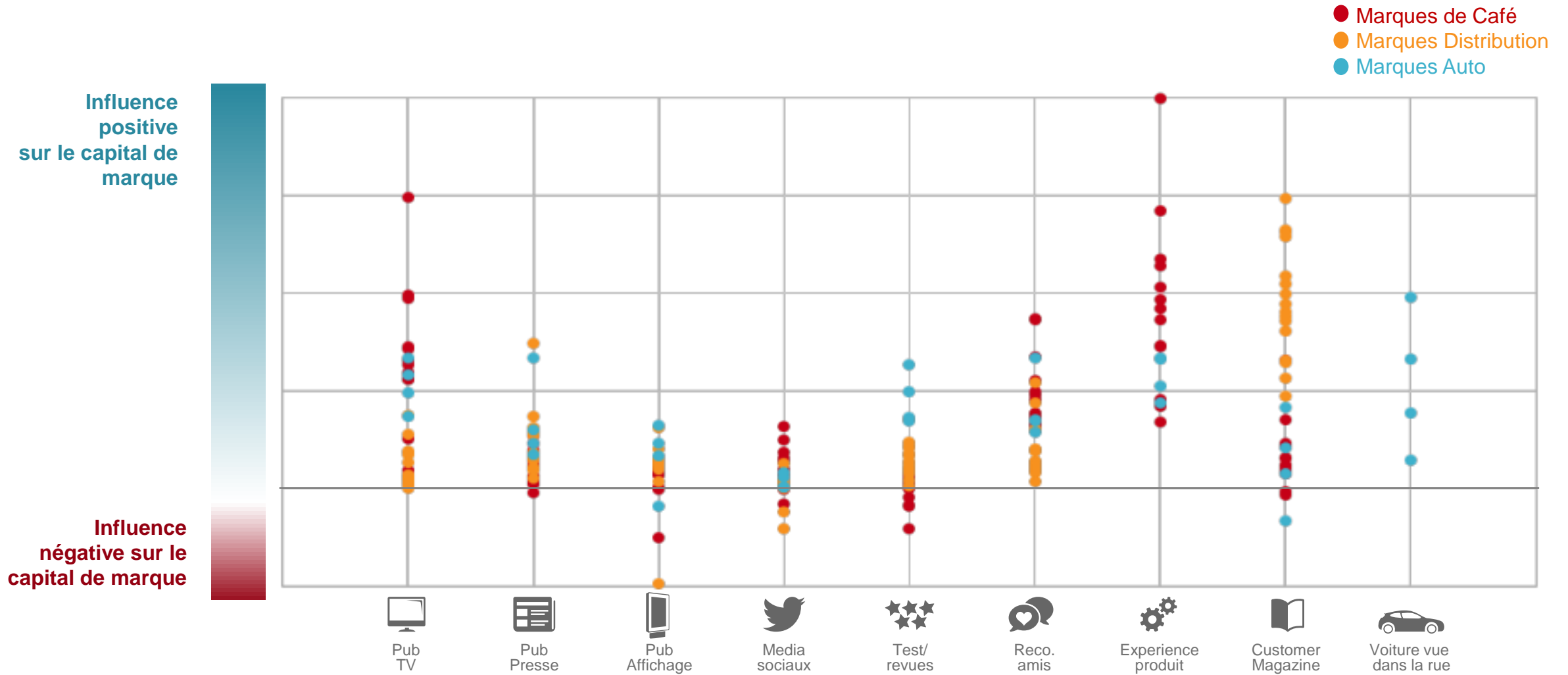
Pourquoi certains points de contact comptent-ils plus que d'autres?

En fait, nous ne choisissons pas entre des expériences, nous choisissons entre les souvenirs de ces expériences...



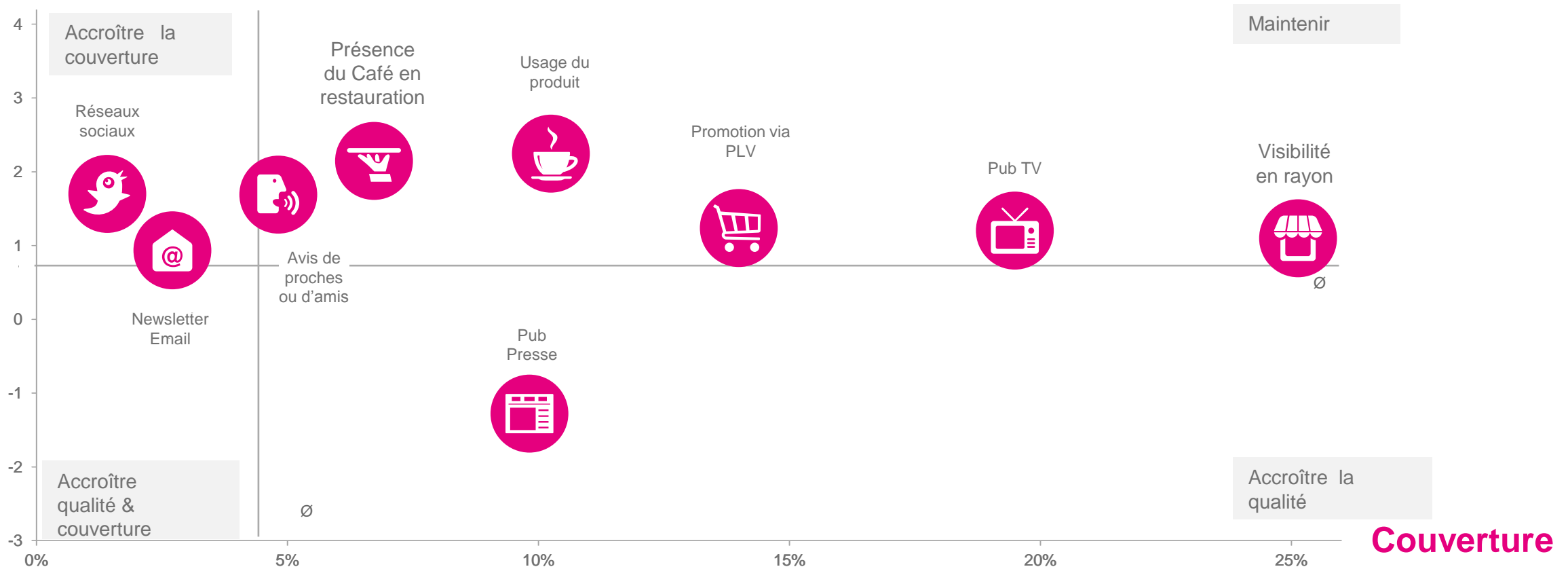
Daniel Kahneman
L'énigme de l'expérience et
de la mémoire.
TEDtalk Mars 2010.

En matière de points de contact, pas de règles !



Pensez qualité de l'expérience ! elle est décisive, en plus de la couverture

Qualité de l'expérience



Le digital, un point de contact clef d'engagement ... mais mal utilisé il trouve ses limites

J'aime les messages des marques sur les réseaux sociaux

22%

Les publicités ajustées à mes besoins sont une bonne idée

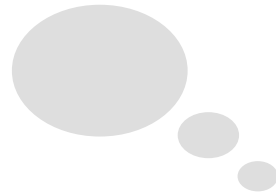
21%

J'ai souvent l'impression d'être surveillé par les marques sur Internet

46%

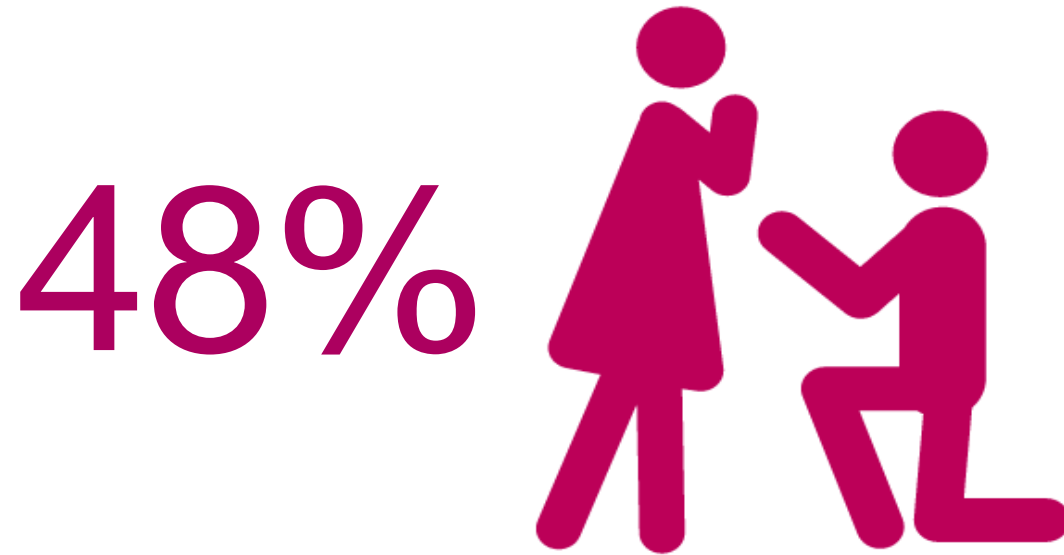
J'utilise un Ad Blocker

34%




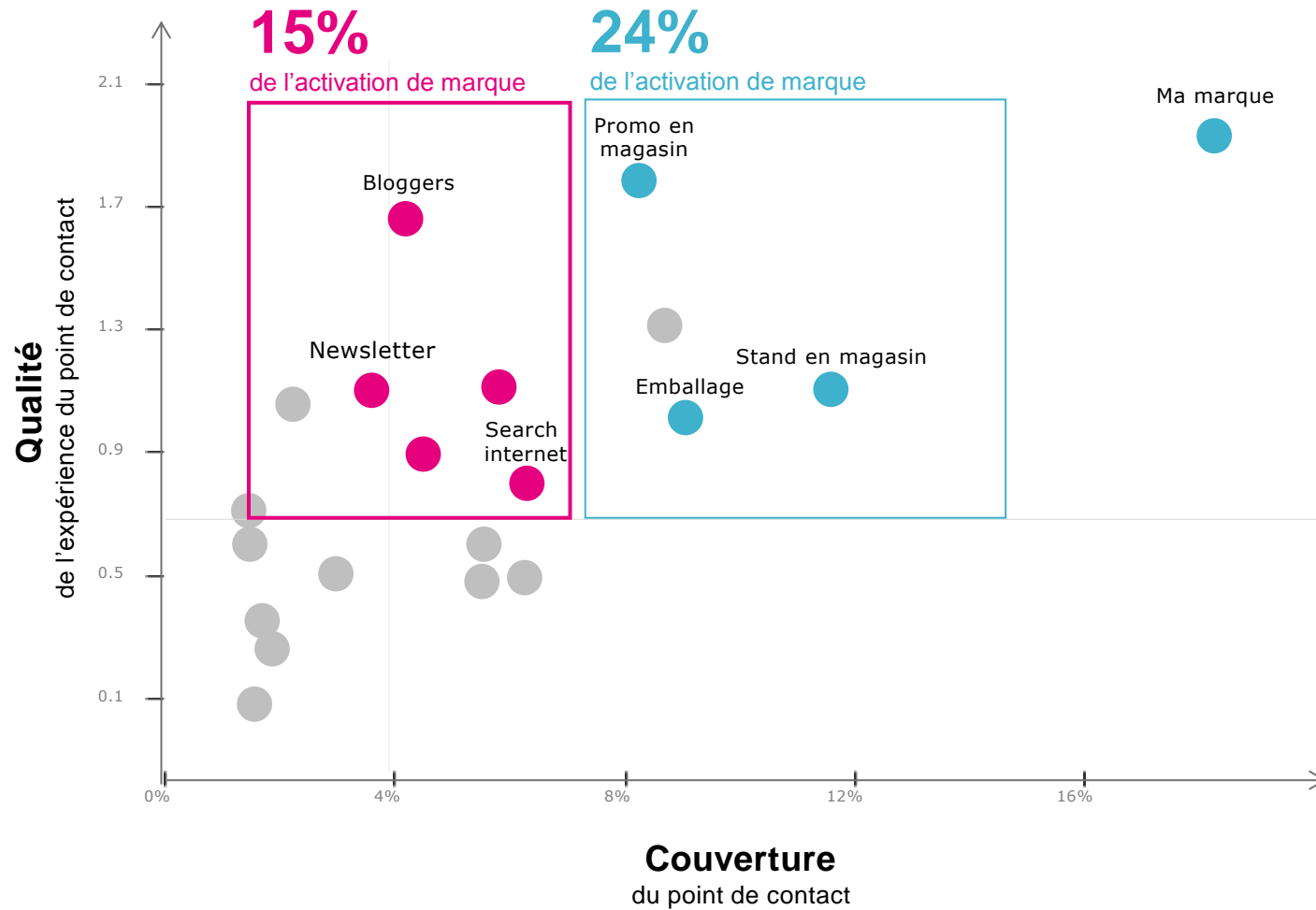
SOURCE : Connected Life 2016/2017

Les points de contacts physiques et humains, toujours importants dans l'activation du capital de marque



Source : CONNECT European Database
% : Contribution à l'expérience de marque des points de contact physiques ou humains

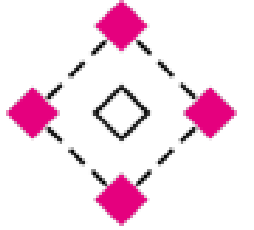
Un mix efficace : expérience point de vente et push digital



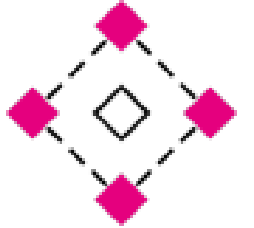
Une enseigne de produits de beauté (cas réel)

- Points de contact expérientiels (physiques/humains)
- Points de contact digitaux

Connect mesure l'impact réel de chaque point de contact, ceux qui délivrent une expérience mémorable et de qualité



Connect aide à résoudre des questions complexes



Couverture ?

Mes points de contact obtiennent-ils une couverture suffisante?



Engagement ?

Mes points de contact engagent-ils les consommateurs sur ma marque?



Ventes ?

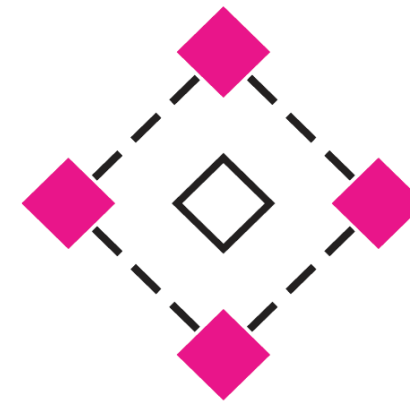
Quels points de contact convertissent le capital de marque en ventes?



Efficacité ?

Quel est le ROI de mes actions ?

Vos contacts pour en savoir plus



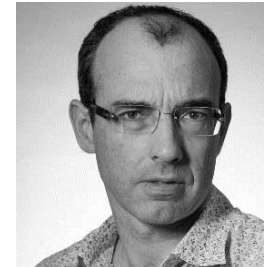
Sophie Pastur

Directrice d'expertise
Brand & Shopper Activation
01.40.92.35.65
sophie.pastur@tns-sofres.com



Frédéric Marvillet

Consultant Expert
Brand & Shopper Activation
01.40.92.44.45
frederic.marvillet@tns-sofres.com



Eric Montazel

Directeur d'expertise adjoint
Brand & Shopper Activation
01.40.92.28.34
eric.montazel@tns-sofres.com