

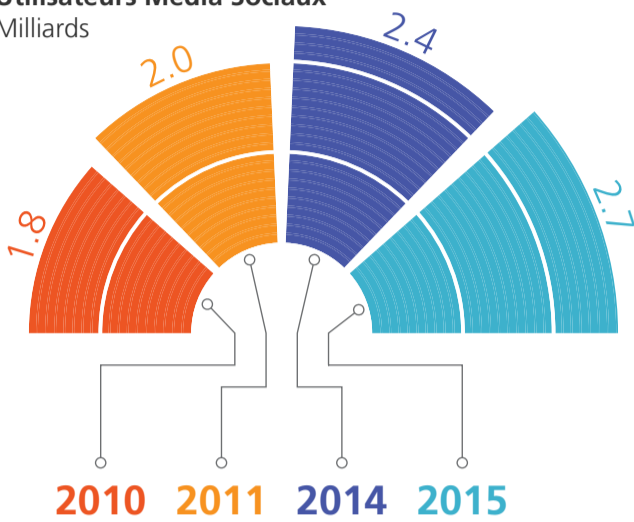
La puissance du social media

La croissance inexorable du social media, en matière de search et de data, constitue une source exponentielle d'insights conso. C'est une période excitante pour les professionnels du marketing et des études. Nous sommes dans une position unique pour capitaliser sur cette abondance de sources (fresh, in-the-moment, user-generated).

Explosion

Les citoyens partagent plus que jamais leurs opinions en ligne – un phénomène qui n'est pas près de s'arrêter

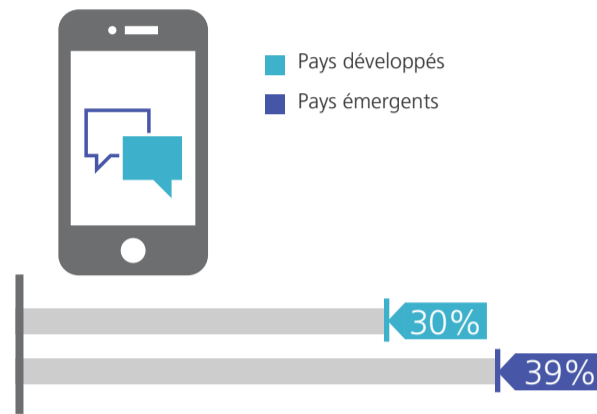
Utilisateurs Media Sociaux
Milliards



Intégration

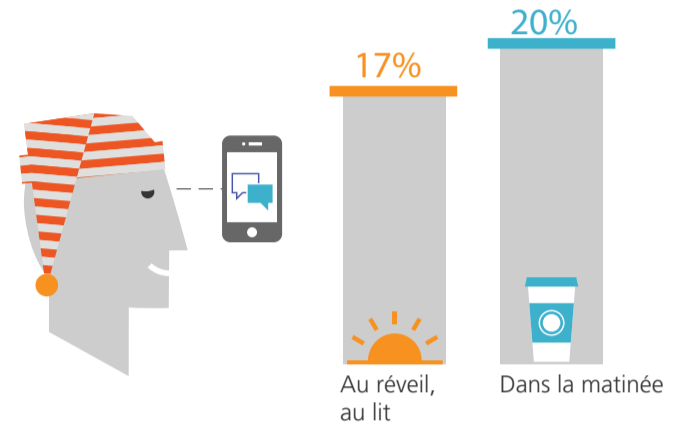
Les médias sociaux représentent environ un tiers du temps passé en ligne, et éclipsent les autres médias dans les pays émergents. Pour engager les consommateurs, il est indispensable d'intégrer le social media à sa stratégie

Temps passé sur écran connecté



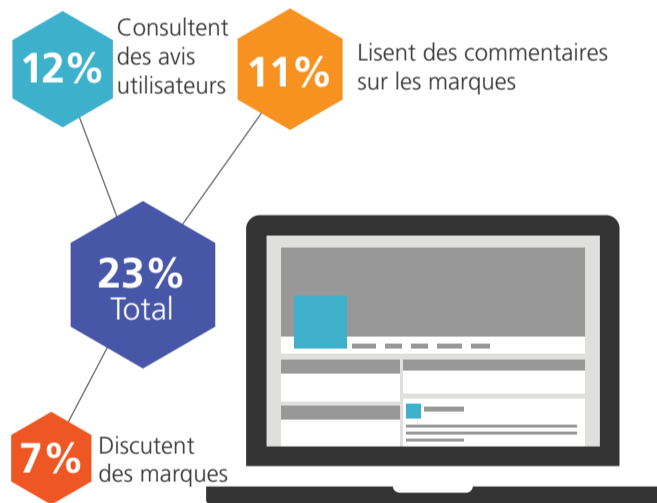
Addiction

Les consommateurs utilisent les réseaux sociaux tout au long de la journée, la plupart d'entre eux y entamant leur journée. Autant d'opportunités de les engager pour les marques.



Influence

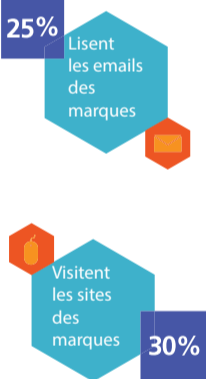
Quasiment un quart des individus consultent les réseaux sociaux avant un achat. Une part significative pour de nombreux marchés et catégories de produits



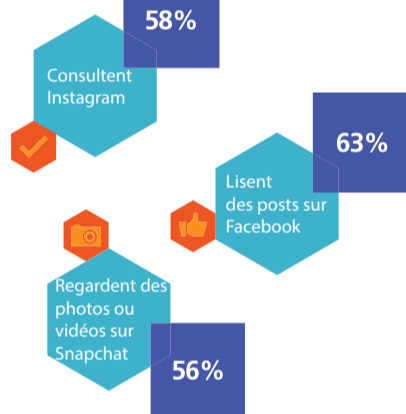
Engagement à la marque

Une fois les réseaux sociaux adoptés, les consommateurs sont facilement réceptifs à l'égard du contenu – une audience captive à activer !

Internautes



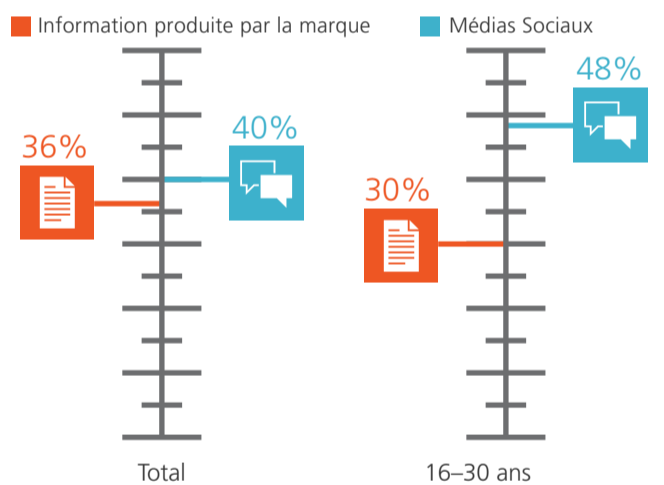
Socionautes



Succès des nouveaux produits

Les médias sociaux jouent un rôle croissant dans la communication des nouveaux produits. Occasion pour les marques d'influencer et de réussir leurs lancements sans alourdir leurs dépenses media.

Source d'informations sur de nouveaux produits

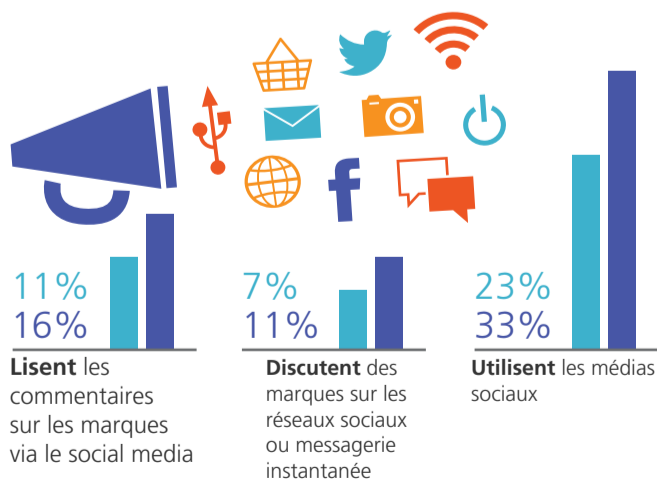


Expansion du social media

En identifiant les personnes qui parlent des marques en ligne, les entreprises disposent d'une occasion en or pour diffuser leurs communications à un réseau plus large

Activités avant achat %

■ Global ■ Ambassadeurs de Marques



Service client

Plus d'un tiers des demandes d'information via social media ne sont pas traitées, alors même que les médias sociaux constituent une belle occasion de satisfaire les consommateurs



La valeur des insights issus des médias sociaux



Les données issues des médias sociaux fournissent une source importante d'insights instantanés et activables, qui peuvent contribuer à l'equity des marques, l'optimisation de l'expérience client ou au lancement réussi de produits. Et bien plus encore ! Nos approches, validées et structurées, s'appuient sur l'extraction de données sociales et agrègent des données issues d'études. Pour vous aider à prendre les meilleures décisions, rapidement et en toute connaissance de cause.

Source : Etude Connected Life & autres

Connected Life est l'étude de référence sur les attitudes et comportements des internautes réalisée auprès de 60 500 individus dans 50 pays dans le monde.

Pour en savoir plus : tns-sofres.com/socialinsight