

Connected Life 2016



Booster votre marketing dans un monde connecté

Dans un environnement marqué par un nombre croissant de touchpoints et l'émergence d'un marketing toujours plus personnalisé, élaborer une stratégie ou un plan d'action est devenu extrêmement sophistiqué.

ConnectedLife, étude de référence de TNS, vous permet de comprendre précisément comment le digital a modifié les comportements de vos consommateurs sur vos propres catégories de produits ou services.

En clarifiant le système d'influences qui environne vos consommateurs, vous parvenez à élaborer des stratégies de contenus et de contacts parfaitement en phase avec leurs comportements, leurs parcours d'achat ou de consommation.

ConnectedLife vous permet ainsi de prendre les meilleures décisions dans un monde connecté.

Des insights clés à chaque touchpoint

Couvrant 90% de la population des internautes de 50 pays, ConnectedLife offre des insights clés sur les points de contact on et offline que vous devez activer pour mettre en œuvre un marketing totalement intégré. ConnectedLife permet aux marketers de déployer des stratégies digitales dans un environnement complexe, notamment pour :

- Segmenter les consommateurs en fonction de leurs comportements digitaux.
- Optimiser la stratégie de touchpoints.
- Adapter les contenus aux besoins.
- Renforcer l'engagement et la fidélité.
- Fluidifier le parcours client.
- Activer les shoppers connectés.
- Augmenter la satisfaction du client connecté.

Suivez-nous sur [f](#) [t](#) [You Tube](#)



TNS Sofres

Connected Life

A propos de l'étude

Connected Life, l'étude de référence sur les attitudes et comportements des internautes dans le monde, étudie la façon dont la technologie transforme le quotidien des citoyens et consommateurs. Elle offre des insights clés pour comprendre l'impact de l'éco-système digital pour les marques. L'étude fait ressortir de nouvelles opportunités pour se connecter aux consommateurs dans un environnement toujours plus complexe. Et prendre les meilleures décisions dans un monde connecté.

Couverture

L'étude a été réalisée auprès de 60 500 consommateurs dans 50 pays dans le monde, entre mai et août 2015.

Données

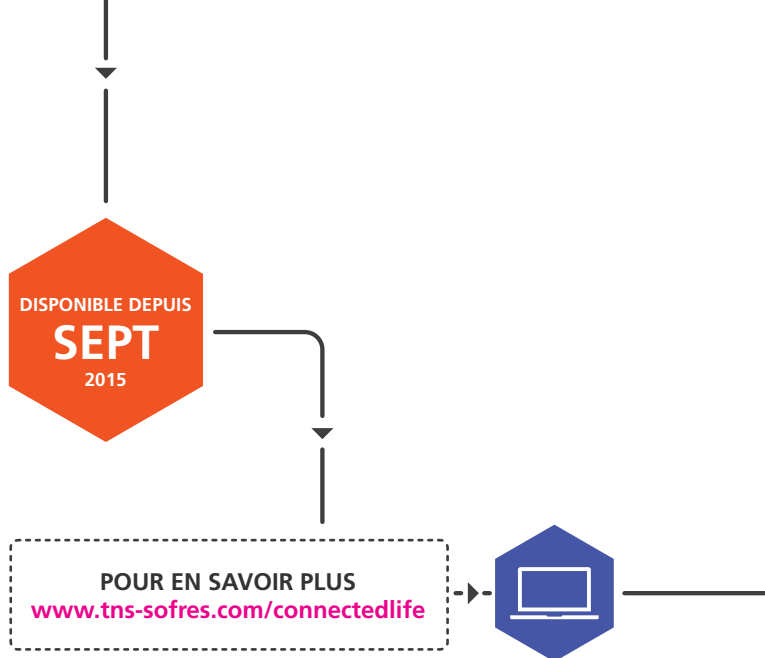
Consommation média, équipement en devices, pratiques digitales, usage au quotidien, achats et recherches avant achat (on et offline), profil des consommateurs, catégories de touchpoints, services clients online.

Rapports

Tous nos rapports sont customisés et centrés sur vos cibles-clés, nourris d'insights précis et opérationnels.

Segmentation

L'étude comprend une segmentation permettant de mesurer l'intensité de la connexion des consommateurs, ainsi que leur influence sociale. Une segmentation applicable à tout type d'étude, et comparable avec les données de la précédente édition de ConnectedLife.



A propos de TNS Sofres

Référence des études marketing et d'opinion en France, TNS Sofres est une société du groupe TNS, n°1 mondial des études ad hoc, et présent dans plus de 80 pays. TNS offre à ses clients des recommandations claires et précises pour les accompagner dans leurs stratégies de croissance. Son expérience et ses solutions d'études couvrent la gestion de marque & la communication, l'innovation, la relation client, et le retail & shopper. TNS nourrit une relation de proximité avec les consommateurs et les citoyens partout dans le monde, et développe une connaissance unique de leurs comportements et attitudes, en prenant en compte la diversité de leurs cultures, de leurs géographies et de leurs systèmes économiques. TNS appartient au Groupe Kantar, leader mondial en matière de veille, d'analyse et d'information à forte valeur ajoutée.

Pour en savoir plus, www.tns-sofres.com



Contacts

Guénaëlle Gault
Chief Digital Officer,
TNS Europe du Sud, France & Benelux
+33 (0)1 40 92 45 27
guenaelle.gault@tns-sofres.com

Suivez-nous sur   



TNS Sofres

Connected Life