



01-03-2010

Les consommateurs engagent la conversation avec les marques

60% des internautes belges sont membres de Facebook. 55% des consommateurs belges cherchent à faire part sur les réseaux sociaux de leurs remarques aux entreprises. Ils sont également intéressés par l'avis de ces entreprises au sujet de leurs commentaires. En d'autres termes, les consommateurs souhaitent établir une relation permanente avec leurs marques favorites. Telle est la principale conclusion d'une étude menée récemment par InSites Consulting auprès de 1700 répondants.

Les médias sociaux, un pont entre les consommateurs et les marques

32% des membres des réseaux sociaux se lient aux marques de manière spontanée. Plus de la moitié des répondants ont déjà fait part de leurs expériences positives ou négatives avec une marque ou une entreprise sur un réseau social. L'enquête d'InSites Consulting indique également que 88% des consommateurs accordent beaucoup de crédit aux critiques des autres consommateurs lors de la prise de décisions importantes.

« La moitié des consommateurs décrivent leurs expériences avec les marques en ligne, mais pratiquement tout le monde les lit et base ses décisions dessus. L'impact qui en résulte pour les marques est énorme », explique Steven Van Belleghem, Managing Partner chez InSites Consulting. « Malheureusement, il y a encore trop peu d'entreprises qui adaptent leur stratégie de marketing et de communication à cette tendance. Les occasions d'améliorer leurs relations avec les consommateurs sont là, pourtant. »

Les consommateurs accueillent bien la communication des marques dans les médias sociaux

Quatre utilisateurs sur dix trouvent que la communication des marques dans les médias sociaux est crédible. Le fait que les marques abordent les consommateurs de manière ouverte et franche dans les médias sociaux est apprécié. Le degré de crédibilité augmente encore lorsque les informations relatives aux marques proviennent d'un autre consommateur.

Par ailleurs, il apparaît paradoxalement que les pays connaissant le plus grand taux d'utilisation d'Internet (Europe de l'Ouest, Australie et Etats-Unis) ont le moins confiance en ce que disent les marques dans les médias sociaux : seulement un utilisateur sur trois y accorde de l'importance. En Europe de l'Est, en Amérique du Sud et en Asie, plus de la moitié des utilisateurs trouvent que les informations des marques sont crédibles.

« En tant que marque, vous avez la possibilité de parler directement avec vos fans via les réseaux sociaux, mais c'est encore mieux si vous parvenez à faire parler les consommateurs de votre marque. Un changement structurel au niveau de la philosophie de communication de la marque est nécessaire si l'on veut jouer là-dessus et activer les consommateurs », ajoute Steven Van Belleghem.

3.500.000 utilisateurs de Facebook en Belgique

Nous vivons actuellement une révolution au niveau du comportement de conversation des consommateurs. De plus en plus de gens utilisent les réseaux sociaux quotidiennement pour discuter avec leurs amis. L'enquête d'InSites Consulting révèle que 60% des internautes belges sont membres de Facebook. Un tiers d'entre eux envoient une fois par semaine des messages personnels à leurs amis, 29% consultent les photos de leurs amis et pour 30% des utilisateurs, l'usage de Facebook est en perpétuelle augmentation.

Communiqué de presse - 01-03-2010

Des intentions, mais pas d'actions

Le professionnel belge du marketing est conscient de cette tendance. 58% de nos spécialistes du marketing sont prêts à suivre les conversations des consommateurs. 42% sont même fortement intéressés par une participation à ces conversations. La volonté est clairement là, mais les actions ne suivent pas. Cette conclusion est tirée d'une enquête réalisée par InSites Consulting en collaboration avec The House of Marketing auprès de 500 spécialistes belges du marketing.

Seuls 14% des professionnels du marketing suivent les conversations des consommateurs et un sur dix y participe. L'immense majorité (70%) d'entre eux n'en font cependant rien.

Tels sont les résultats du rapport MC DC (Marketers & Consumers, Digital & Connected), établi dans 16 pays européens. Le rapport MC DC se fonde sur les résultats d'une enquête quantitative et qualitative, complétés par des sources secondaires, des expertises et des cas d'étude. Sur le plan quantitatif, une enquête en ligne a été réalisée, en collaboration avec IAB Europe, parmi 32.000 internautes (15+) dans 16 pays. De plus on a utilisé des résultats de l'étude médias sociaux d'InSites Consulting et du Yearly Marketing Survey d'InSites Consulting et The House of Marketing.

.....



Contact:

Steven Van Belleghem

Managing Partner

Steven.vanbelleghem@insites.eu

T +32 9 269 16 07 | M +32 497 473 444

InSites Consulting

InSites Consulting est leader du marché dans le domaine des études de marché en ligne et occupe une forte position internationale. Elle a été fondée comme une spin-off de la Vlerick Leuven Gent Management School. Grâce à une communauté en ligne baptisée TalkToChange et comptant plus de 2 000 000 membres dans 25 pays européens, l'agence organise des études de marché en ligne, tant quantitatives que qualitatives. InSites Consulting compte 75 collaborateurs hautement qualifiés et expérimentés à Gand, Rotterdam, Londres et Genève. InSites Consulting est synonyme d'expertise, de consultance et d'innovation. Plus d'informations sur notre site www.insites.eu et notre blog <http://blog.insites.be>.