

À la reconquête du consommateur !

Rencontres Professionnelles Research / Data / Insights
20 et 21 avril 2017 au Palais Brongniart à Paris



En s'ouvrant avec la conférence inaugurale de Peter Sherman, Vice-Président Exécutif d'Omnicom, sur le sujet « Reclaiming the Consumer », le 6^{ème} Printemps des études, qui se tiendra les 20 et 21 avril prochains, met l'accent sur un des thèmes qui jalonnent ces deux jours : le consommateur. Retail et marques vivent de vraies révolutions notamment avec la généralisation du digital qui fait émerger un nouveau consommateur, obligeant les marques à inventer un nouveau marketing.

Les marques font face à un environnement de plus en plus concurrentiel, notamment avec la montée du digital et du mobile. Le client change, les études marketing ont plus que jamais un rôle à jouer pour aider les marques à le (re)conquérir et le fidéliser. Compréhension du consommateur, prise en compte de la relation client, expérience de marque, appréhension du parcours client, évolution du point de vente et du merchandising... sont en effet autant de leviers à actionner. Afin de répondre au mieux aux attentes des consommateurs et aux nouveaux besoins des marques, les instituts d'études proposent donc de nouvelles méthodologies et approches, et développent des outils innovants.

Écouter le consommateur...

Parmi les différents dispositifs présentés lors du Printemps des études 2017, pour cerner les attentes du consommateur et de son comportement, notons : Le Sphinx, avec le témoignage du Crédit Agricole, présentera son outil de traitement et d'analyse des verbatims issus des enquêtes de satisfaction à chaud, qui permet un nouvel indicateur fiable et signifiant (*L'analyse textuelle au service de l'expérience client* - vendredi 21 avril à 10h45). GfK expliquera comment la voix peut permettre de mesurer le succès d'une innovation. Cette nouvelle approche laisse le consommateur s'exprimer librement, et mesure et analyse tant ce qu'il dit face à un nouveau produit ou service (mots), que comment il l'exprime (ton) (*La voix : nouvelle mesure implicite du succès d'une innovation* - vendredi 21 avril à 12h00). Enfin, Init insistera sur la nécessité pour les entreprises, confrontées au défi de la différenciation, de se doter de nouveaux outils d'écoute, d'analyse et de prévision marketing (*Expérience client : quelles ambitions d'écoute, de mesures et d'améliorations ?* - vendredi 21 avril à 11h15).

...pour améliorer l'expérience client

Avec des consommateurs de plus en plus zappeurs, les marques rivalisent d'imagination pour faire vivre des expériences client inédites. Il s'agit pour les marques de pouvoir envisager la stratégie à prendre en compte, et

à mettre en place les outils adéquats pour engager leurs clients. Il s'agit aussi de mobiliser leurs collaborateurs, a fortiori s'il y a une conduite du changement à mener. Les instituts d'études entrent alors en jeu afin de donner aux marques les clés pour améliorer l'expérience client : la saisir, tester les idées et accompagner son évolution.

Audirep abordera les outils qui permettent de comprendre comment le consommateur a vécu l'expérience client, comment il en exprime le ressenti, quel souvenir sera conservé et influencera son opinion quant à la marque (*Comment « réenchanter » les mesures de satisfaction client* - jeudi 20 avril à 14h30). Smice présentera son concept de client mystère, permettant d'évaluer valeurs et services de la marque, et leur adéquation avec la promesse de marque, avec comme objectif de toujours dynamiser l'expérience client (*Comment dynamiser l'expérience client grâce à la visite mystère* - jeudi 20 avril à 17h00). Enfin, Enov interviendra sur les avantages d'une association avec un cabinet de conseil, permettant ainsi d'aller encore plus loin dans le management de l'expérience client (*Déployer & animer un dispositif d'écoute client au service de la culture client de votre entreprise* - vendredi 21 avril à 12h00).

Le Printemps des études : 20 et 21 avril prochains au Palais Brongniart à Paris !

En savoir plus sur le Printemps des études

Le Printemps des études, Rencontres professionnelles Research / Data / Insights, né sous l'impulsion du collectif Re-Création, est devenu en quelques années la référence française et européenne de la filière études. Proposant, en un seul lieu, une offre complète et diversifiée, associée à un contenu de qualité, le Printemps des études rassemble tous les ans plusieurs milliers de visiteurs, professionnels des études et du marketing et dirigeants d'entreprise.

Le Printemps des études est organisé par la société Empresarial.

Pour en savoir plus : www.printemps-etudes.com / [@PrintempsEtudes](https://www.facebook.com/PrintempsEtudes) / Facebook Printempsdesetudes

Contact Printemps des études

Stéphanie PERRIN, Directrice d'Empresarial et Commissaire Général du Printemps des études

st.perrin@empresarial.fr – 09 81 93 59 40 – 06 61 81 38 82

Contact Presse

Mathilde DESCOTES-GENON, Attachée de presse

m.descotes-genon@empresarial.fr – 09 81 94 59 40 – 06 99 49 87 25