Comment réagit le consommateur face à l'utilisation des données personnelles ?

publié le 23/07/2015 - mis à jour le 12/12/2016

Descriptif :

Profils types des consommateurs, un article ecommercemag.fr

L'étude " Value Me " publiée par Microsoft Avdertising est un des 8 volets d'une étude globale sur les tendances du digital en 2015. Réalisée en partenariat avec The Future Foundation, un cabinet d'études consommateurs, **l'étude de Microsoft se penche sur l'épineuse question de l'utilisation des données des consommateurs**. Car si, en France, 82% des consommateurs français sont conscients de l'intérêt que représentent leurs données pour les marques, seuls 23% d'entre eux se disent prêts à partager leurs données - les Français font d'ailleurs partie des plus réticents.

Très documentée, l'étude présente 6 profils de consommateurs ayant des positionnements différents face à l'utilisation et au partage des données personnelles (illustration ci-dessous). Destinée aux annonceurs, cette classification doit, comme l'explique Erik-Marie Bion, directeur général de la division Advertising & online chez Microsoft France " permettre aux annonceurs de mieux comprendre les motivations face au partage de leurs données et les aider à instaurer une relation de confiance facilitant cet échange ". Microsoft a également développé une application grâce à laquelle vous pouvez vous-même définir à quel profil vous appartenez-.

Les consommateurs face à l'utilisation des données personnelles

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.