



Le consommateur est mort. Vive l'individu !

publié le 18/06/2016

Descriptif :

Le digital évolue et avec lui les attentes du consommateur, qui attend davantage d'individualisation et de personnalisation. Une tribune d'Olivier Bertin, Directeur de la Stratégie chez Loyalty Company.

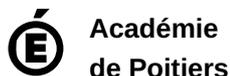
En donnant le pouvoir aux consommateurs, le digital a bouleversé la relation marque-client. Exit la communication de masse fondée sur un bon marketing produit ! Sollicités de toute part, les clients sont en attente de personnalisation et de considération...

La personnalisation stimule l'engagement client [↗](#)

Les attentes et comportements des consommateurs ont profondément évolué avec le digital. Plus exigeants et plus volatiles, ils aspirent à présent à une expérience sur-mesure, fluide et cohérente tout au long du parcours d'achat. En deux clics de souris, ils déconseillent ou au contraire recommandent une marque avec un impact qui dépasse souvent celui de dispositifs publicitaires traditionnels.

Ce n'est plus le produit qui est au centre du monde mais le client, l'individu ! Un individu qui n'attend pas de simples réductions mais des conseils personnalisés, du service, de la reconnaissance, de la considération. Selon une récente étude réalisée par Experian, les consommateurs seraient même 84 % à ne plus acheter auprès d'une enseigne qui ne tiendrait pas compte de leurs préférences et achats passés.

La personnalisation, la clé pour (re)conquérir l'individu



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.