



Brandwatch



La journée  
**des Études**

# Réagir, prédire, innover agilement :

Transformez votre stratégie d'études avec la Digital  
Consumer Intelligence



**Félicie Pinçon**

Research Analyst  
**Brandwatch**



**Aurora Chamalet**

Brand Consultant  
**Brandwatch**



**Mélanie Corolleur**

Sr Marketing Manager  
**Brandwatch**

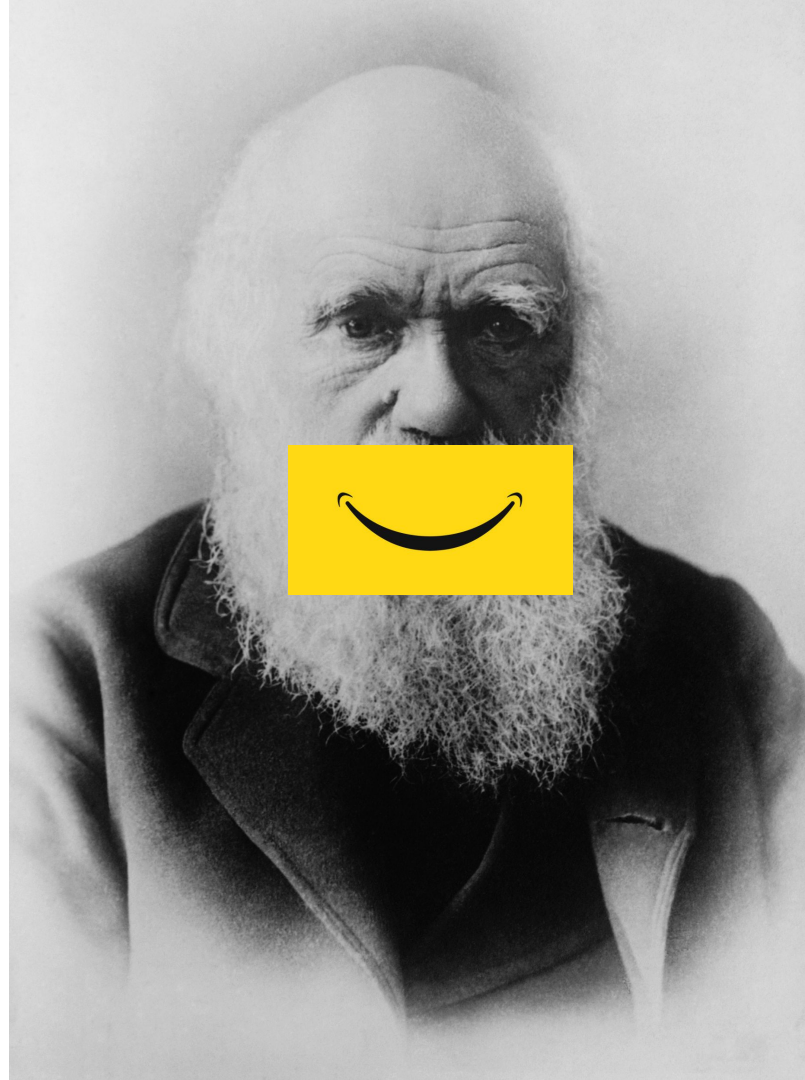
✔ Que demanderiez-vous à 2 milliards de consommateurs ?

- À la fin de ce webinar, nous poserons **une question en direct aux consommateurs français** :
  - Posez votre question dans le chat



« Les ~~espèces~~ **entreprises** qui survivent ne sont pas les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui **s'adaptent le mieux aux changements.** »

*Charles Darwin*



# L'évolution de la connaissance des consommateurs

2010 - 2018



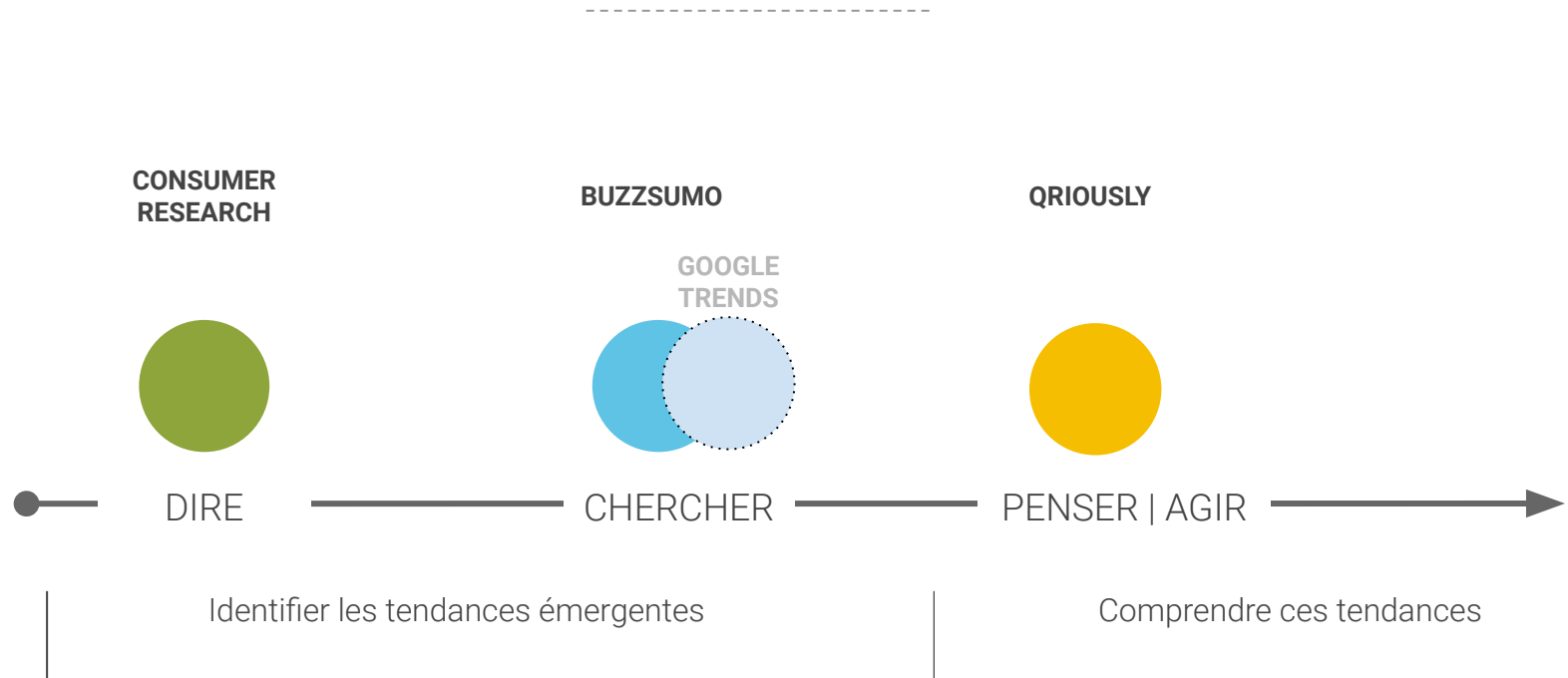
2019



Digital Consumer Intelligence



## Utiliser et combiner de multiples sources de données en utilisant divers outils intégrés



## Sondage



## Social



Survey: Qriously, 2001 respondents, May 24-28, 2019.

Social: Brandwatch, 85,937 conversations, 12 months data up to May 29, 2019.

**« Sans changement, il n'y a pas d'innovation, de créativité ou d'incitation à l'amélioration. Ceux qui initient le changement auront une meilleure opportunité d'appréhender ce changement qui est inévitable. »\***

\* William Pollard

## Réagir

Aux changements, opportunités ou crises



## Innover

En élargissant son champ de vision et d'action



## Prédire

Les tendances et la demande



- **Exemples client**



# Exemple n°1 | Étude sur le bien-être de la jeunesse pour une ONG

## Objectif :

Identifier, comprendre, quantifier et recenser les problèmes émergents pour les jeunes



# D'une étude complexe avec certains défis...



Santé mentale / Dépression



Pauvreté



Violence / Harcèlement



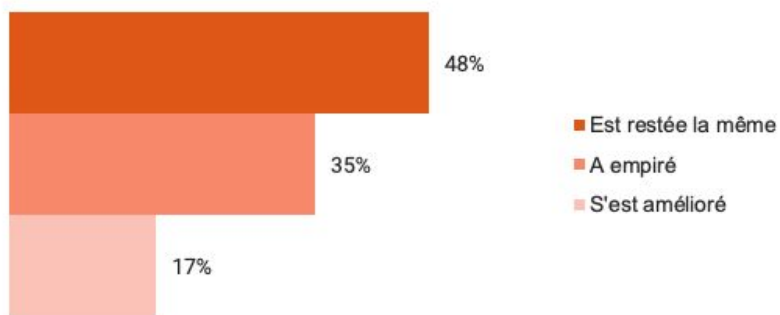
Difficultés d'apprentissage

... à un sondage autosuffisant

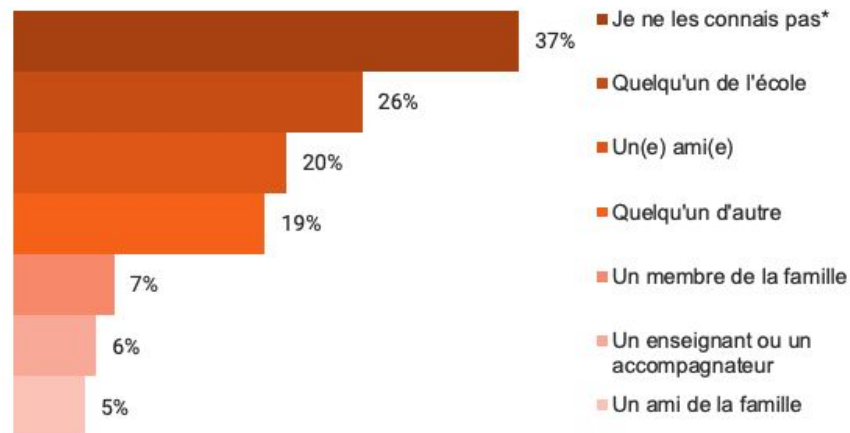
# Ce que le sondage a pu mettre en lumière...



Comment les mesures de distanciation sociale dues au COVID-19 ont-elles affecté votre santé mentale ?



Qui était responsable du harcèlement ?



\*personne anonyme en ligne

# Ce que le sondage a pu mettre en lumière...



Qu'est-ce qui vous aide à combattre le sentiment de solitude/isolement ?

**Ami(e)s**

**Social media**

**Sentiments**

**Travailler/  
Étudier**

**Nouvelles  
compétences**

**Internet/  
Social  
networking**

# Exemple n°2 | Étude sur la consommation et les déchets plastiques

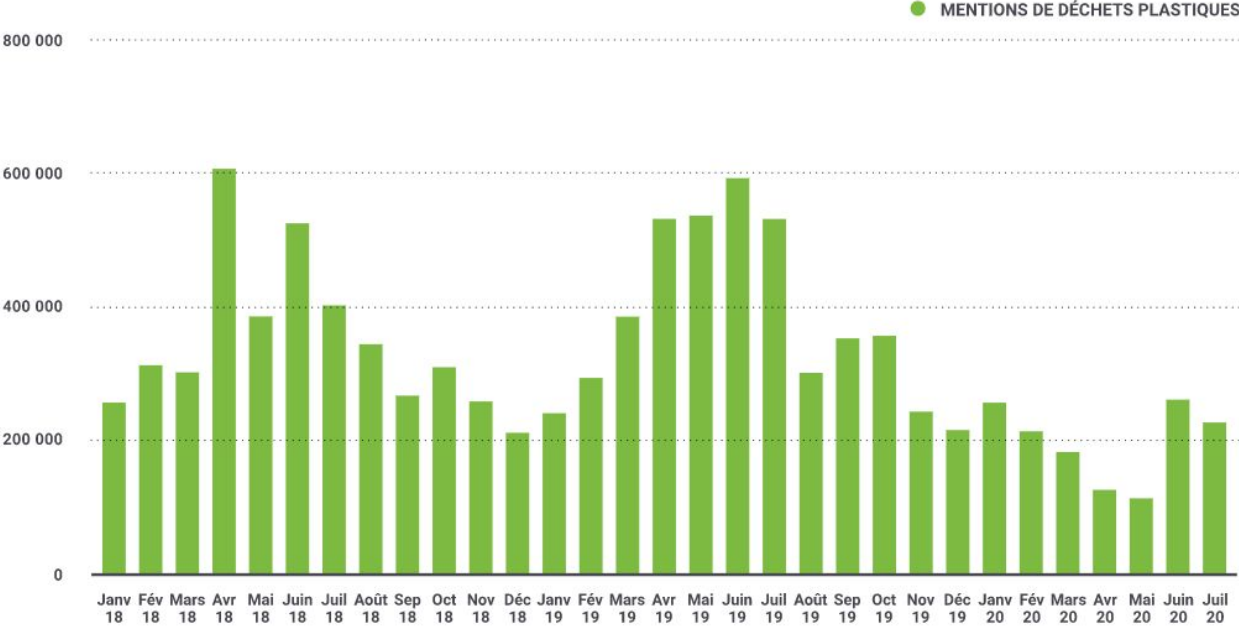
## Objectif :

Comprendre comment le Covid-19 a impacté l'inquiétude des consommateurs au sujet des déchets plastiques

Voir l'étude complète [sur ce lien](#).



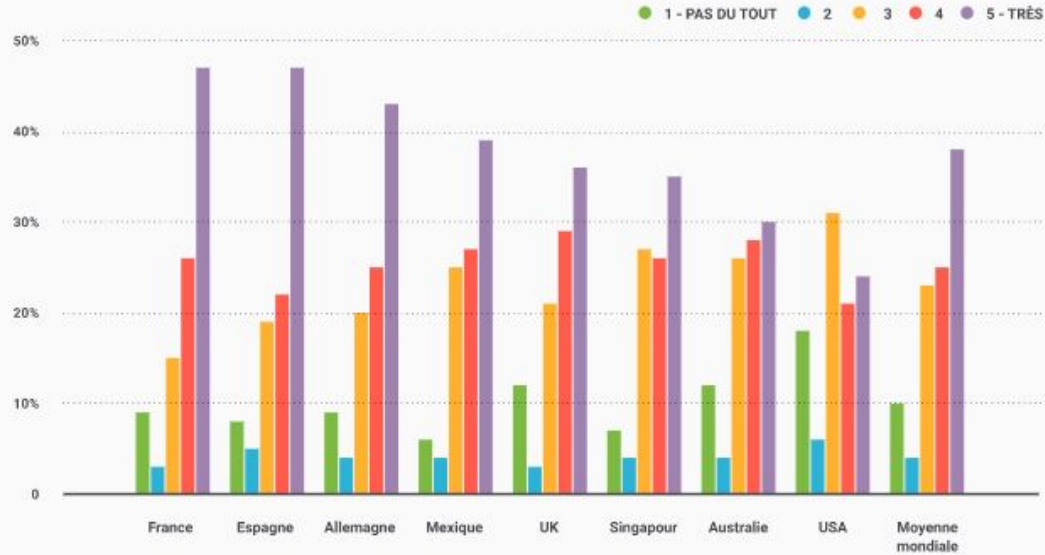
# D'un constat pessimiste...



POWERED BY BRANDWATCH

# à une réalité plutôt optimiste !

Êtes-vous inquiet(e) au sujet des déchets plastiques ?





- **Démo Qriously**



# qriously

## Études de marché pour l'ère digitale.

- **Portée** : 67 % de la population mondiale est mobinaute, 50 000 applications
- **International** : Couvre 150 pays dont les pays difficiles d'accès (Ex. Chine)
- **Authenticité** : Pas d'incentive & anonymat
- **Rapidité** : Données en temps réel, des résultats en quelque jours
- **Précision** : Filtrage précis des répondants
- **Flexibilité** : Demandez ce que vous voulez



## Les atouts

### Technologie

Les smartphones, le machine learning et un certain nombre d'autres technologies qui définissent l'ère moderne sont **à portée de main.**

## Les challenges

### Authenticité

80 % des sondages sont complétés par 20 % des répondants qui **optimisent leur temps en fonction des rémunérations.**

### Agilité et Flexibilité

La plupart des panels prennent **des semaines** voire des mois avant de donner des résultats et peuvent être **onéreux.**

# Qriously | Pour qui et pourquoi ?



Uber



coinbase



## Monitorisez votre marque

Suivez l'opinion publique sur votre marque, vos produits et vos concurrents. Observez comment la reconnaissance, la considération et la fidélité peuvent changer en un instant.



## Mesurez vos campagnes

Mesurez l'efficacité de vos campagnes actuelles et passées. Visualisez les résultats au fur et à mesure de l'avancée de la campagne et mesurez vos KPI en temps réel.



## Découvrez vos consommateurs

Découvrez instantanément l'état d'esprit de vos clients actuels et potentiels. Identifiez de nouvelles opportunités de marché et testez vos idées produits.

# Étude lors d'un lancement produit

Une agence a réalisé **une campagne marketing data-driven** pour augmenter le nombre d'abonnements



## Découvert grâce à Qriously :

- **27 %** de brand awareness malgré très peu de marketing
- **22 %** des répondants ont exprimé une intention d'achat du service de streaming
- Le contenu **Marvel** était le plus populaire, suivi des films d'animation et des films Pixar

- [Cliquez ici](#) pour obtenir une démo personnalisée de Qriously.

# ● Merci !

Pour nous contacter :



@BrandwatchFR



contact-fr@brandwatch.com



brandwatch.com/fr



Brandwatch



La journée  
**des Études**

● **Merci !**



**Aurora Chamalet**

[aurora@brandwatch.com](mailto:aurora@brandwatch.com)



**Mélanie Corolleur**

[melaniec@brandwatch.com](mailto:melaniec@brandwatch.com)