

Communiqué de presse
env. 3'800 caractères

Systèmes de valeurs: facteurs décisifs pour les comportements d'achat et de consommation

La partie média de l'étude MACH Radar 2010-1 se base entièrement sur de nouvelles données.

Zurich, le 13 avril 2010 – L'étude MACH Radar 2010-1, disponible dès à présent, permet aux responsables marketing d'analyser les consommateurs et les lecteurs également en fonction de critères psychographiques et ainsi de mieux les appréhender. Les systèmes de valeurs des consommateurs constituent désormais des critères prépondérants pour pouvoir procéder à une segmentation adéquate des groupes cibles.

Pour pouvoir segmenter leurs groupes cibles de façon adéquate, les professionnels du marketing et des médias ont besoin de données précises non seulement sur la formation, le revenu, la situation professionnelle et les comportements de consommation, mais aussi plus globalement sur les valeurs des consommateurs. Celles-ci comptent parmi les facteurs influençant le plus directement les comportements d'achat et de consommation et permettent un positionnement professionnel des produits et des marques.

En outre, il faut tenir compte du fait que la partie média de l'étude MACH Radar 2010-1 se fonde entièrement sur de nouvelles données, collectées entre octobre 2008 et septembre 2009 dans le cadre de MACH Basic. MACH Radar paraît semestriellement, au printemps et à l'automne.

Un instrument qui permet d'accéder rapidement à des informations exhaustives

Dans MACH Radar, les paramètres psychographiques sont combinés avec les critères de consommation et média. L'utilisateur peut ainsi recueillir des informations sur le positionnement des produits, des marques, des prestations, des canaux d'achat et des médias écrits, mais aussi utiliser MACH Radar comme un instrument permettant d'obtenir rapidement des informations plus globales. Les spécialistes en marketing, les agences et les maisons d'édition peuvent ainsi parallèlement analyser leurs groupes cibles et surveiller leurs concurrents. Grâce à MACH Radar, les responsables média sont à même de mieux comprendre leurs consommateurs.

L'étude MACH Radar permet également d'apprendre quels champs psychographiques disposent encore de potentiels inexploités ou sont l'objet d'une concurrence d'éviction. Par ailleurs, l'étude est également un sésame pour la vente d'annonces: elle montre aux clients annonceurs potentiels où se situent leurs produits ou leurs marques et quels médias ont un positionnement proche de ceux-ci.

MACH Radar: un miroir de toute la Suisse

L'espace de référence pour les analyses de MACH Radar est l'«ensemble de la Suisse». Mais si l'on s'intéresse plus particulièrement à un groupe linguistique, l'univers peut être réduit en conséquence, de façon à mieux faire ressortir les orientations psychographiques des Suisses alémaniques, des Romands et des Tessinois.

L'étude MACH Radar 2009-2 peut être commandée à l'adresse suivante:

REMP Recherches et études des médias publicitaires, Bachmattstrasse 53,
8048 Zurich
Téléphone: +41 (0)43 311 76 76, fax: +41 (0)43 311 76 77, e-mail:
remp@remp.ch, site Internet: www.remp.ch

Coûts:

Le volume de rapport de l'étude MACH Radar 2010-1, qui contient une vue d'ensemble du positionnement des titres publiés dans le Profil psychographique, les psychogrammes des titres publiés ainsi que les fondements méthodologiques détaillés de l'étude, peut être commandé au prix de CHF 500.–.

Pour que les utilisateurs de l'étude puissent analyser et visualiser comme bon leur semble les médias, les groupes cibles de consommation et les groupes cibles sociodémographiques selon des critères psychographiques, ils doivent obligatoirement être au bénéfice d'une licence d'utilisation des données et du logiciel MRP. Le téléchargement des données et du logiciel ainsi que le volume de rapport sont disponibles au prix de CHF 14'500.– (sans outil de planification média).

Contact:

REMP Recherches et études des médias publicitaires, Bachmattstrasse 53, 8048 Zurich
Téléphone: + 41 (0)43 311 76 76, fax: +41 (0)43 311 76 77, e-mail: remp@remp.ch

- Alexandra Stiegler, responsable communication
Tél. +41 (0)43 311 76 54, e-mail: alexandra.stiegler@wemf.ch
Lukas Gürtler, responsable de projet MACH Radar
Tél. +41 (0)43 311 76 46, e-mail: lukas.guertler@wemf.ch
- Urs Wolfensberger, responsable Marketing & Sales
Tél. +41 (0)43 311 76 50, e-mail: urs.wolfensberger@wemf.ch