

L'affichage dynamique numérique :

Un média de choix pour influencer vos consommateurs ?

Présentée par Anik St-Onge, Candidate au doctorat à HEC Montréal
Affiliée à la Chaire RBC Groupe financier en commerce électronique
Le 28 mars 2006 Journée de l'affichage dynamique numérique

anik.st-onge@hec.ca

Présentation

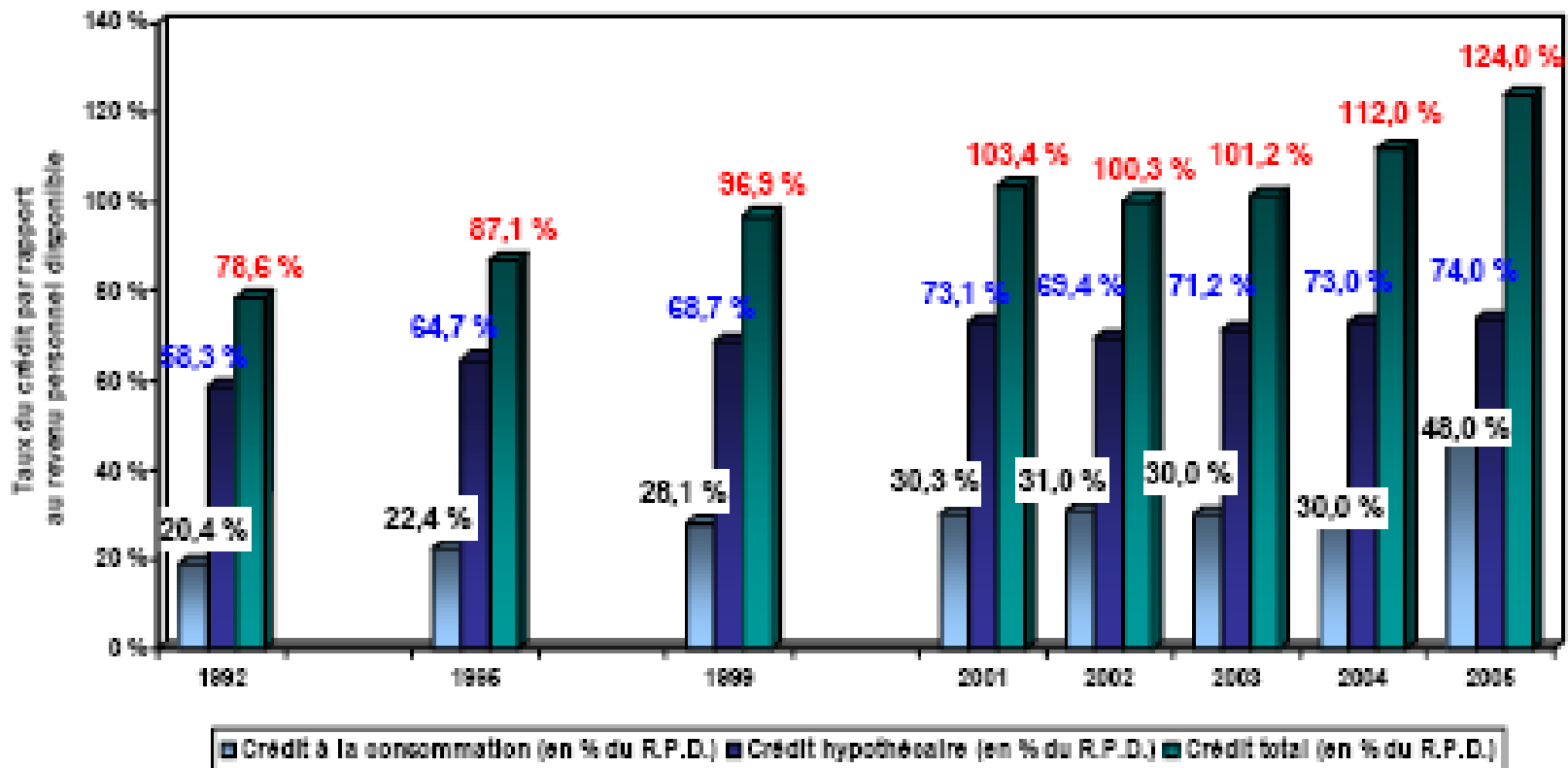
1. Description du marché actuel auprès de vos consommateurs
2. Les médias et l'attention des consommateurs
3. Les concepts émergents auprès des consommateurs depuis les dernières années:
La prise de pouvoir et l'interactivité
4. Les kiosques d'information

1. Description du marché actuel auprès de vos consommateurs

- A. Il y a une prolifération des marques et le consommateur est endetté
- B. Il y a une saturation des publicités auprès des consommateurs
- C. La recherche d'informations de produits par les consommateurs à changer radicalement depuis les dernières années

A. La prolifération des marques et le consommateur est endetté...

Le consommateur est endetté



P: Les données pour 2003 incluent les trois premiers trimestres et une estimation pour le 4^e trimestre.

Revenu personnel disponible (R.P.D.)

Source : Banque du Canada, Conference Board du Canada, Groupe Banque Scotia et Richier

**B. Il y a une saturation des publicités
auprès des consommateurs**

Investissements publicitaires pour l'année 2006

Lieu	Dépenses publicitaires	Par habitant
États-Unis	171,4 milliards	568 \$
Canada	11,7 milliards	370 \$
Québec	2,5 milliards	327 \$

Donc...

- Vous devez être beaucoup plus stratégiques dans vos placements médias
- Vous devez être présents lorsque votre consommateur est prêt à acheter, sinon votre compétition le sera...

2. Qu'est-ce qui attire l'attention des consommateurs ?

Qu'est-ce qui attire l'attention des consommateurs ?

- Jouer avec les sens aura un effet direct sur le comportement tel que l'odeur, la musique et le visuel
- L'aspect de vivacité ou de « vividness »

Le concept de la vivacité ou de « vividness »

- La définition de « vividness »:
C'est une façon de présenter l'information aux sens.
- Donc, une publicité qui est animée aura beaucoup plus d'impact sur la mémoire et sur l'attitude des consommateurs que si elle est statique.

Études sur le concept de « vividness »

- Attire grandement l'attention des consommateurs
- Accroît « l'arousal » (l'éveil)
- Sur Internet, cela occasionne que les gens vont cliquer plus souvent sur la bannière
- Améliore la mémoire
- Améliore l'attitude

En fait, cela est directement lié à la

« Motion effect theories »

C. La recherche d'information et les consommateurs

La recherche d'information des consommateurs

US Online Holiday Shoppers Who Plan to Shop Online More during the 2007 Holiday Season Based on 2006 Holiday Season Online Shopping Experience, January 2007 (% of respondents)



Note: n=638 ages 18+

Source: Zoomerang for Allurent, January 2007

US Adult Internet Users Who Shopped Online in the Past Month, by Activity, March-April 2006 (% of respondents)

Obtained shopping or product information for online purchase



Purchased something online



Obtained shopping or product information for purchase at regular store (ie offline)



Total



Note: home, work or other locations

Source: MORI Research commissioned by the Newspaper Association of America (NAA), October 2006

3. Les concepts émergents
auprès des consommateurs depuis
les dernières années:
La prise de pouvoir et l'interactivité

Le concept de de la prise de pouvoir ou de « l'empowerment »

- Depuis, l'émergence d'Internet, une partie du pouvoir de l'information a été transféré auprès des consommateurs.
- De nombreux consommateurs s'impliquent davantage dans leur recherche d'information, même que plusieurs d'entres eux créent eux-mêmes du contenu d'information.
- Donc, le concept de la prise de pouvoir auprès des consommateurs est beaucoup plus présent.

Le concept de la prise du pouvoir

Le degré de la prise du pouvoir dépendra entre autre...

- Du nombre et de la qualité des valeurs proposées sur le marché
- Des connaissances du consommateurs
- De l'habileté du consommateur à s'impliquer et à gérer l'information

La prise du pouvoir

- Résultats de la prise du pouvoir:
 - Meilleure implication du consommateur
 - Améliore l'expérience entre la marque et le consommateur
 - Plus grande satisfaction
 - Possibilité d'établir une relation avec votre consommateur

L'interactivité

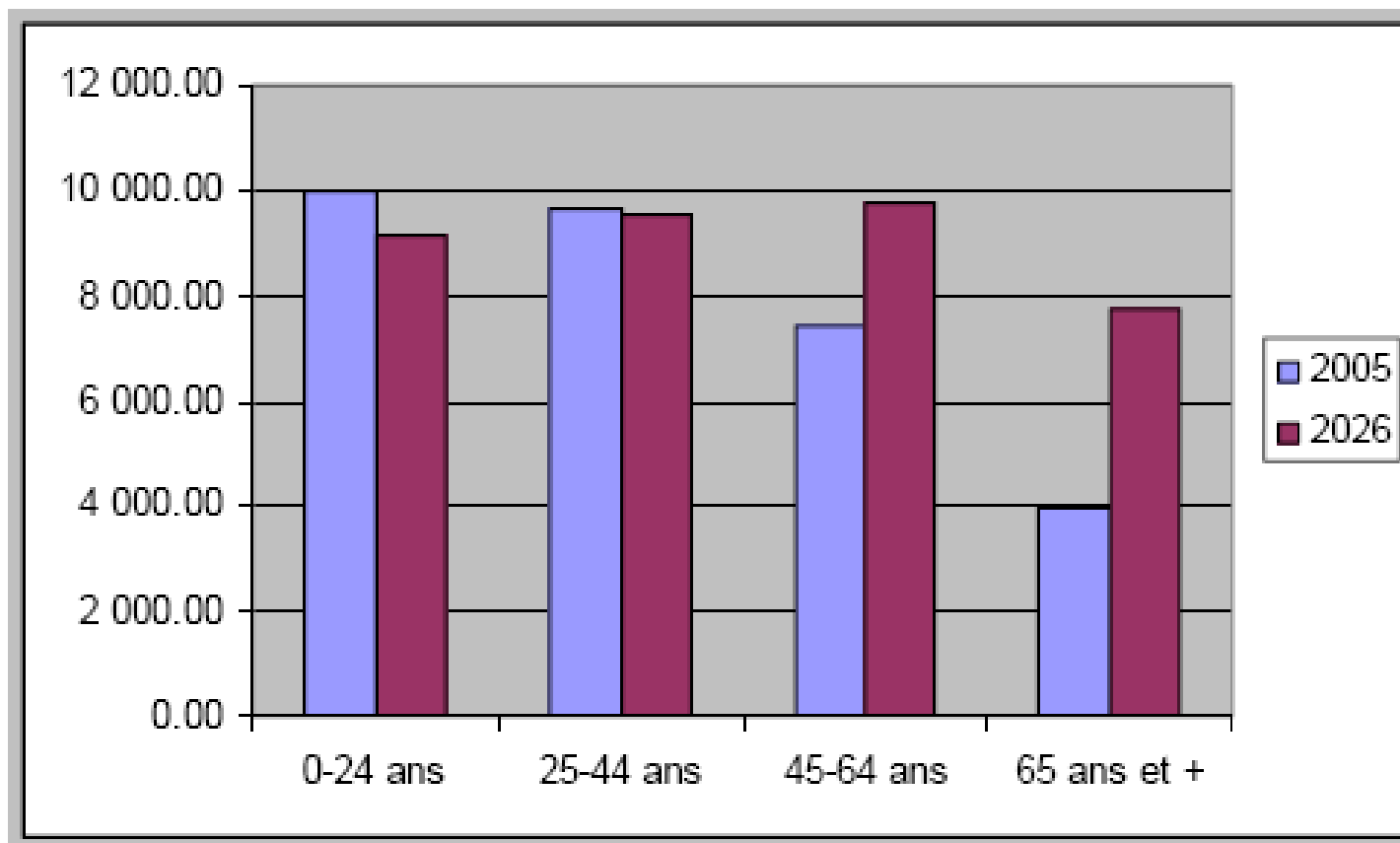
- L'interactivité se définit comme suit:
 - Lorsqu'un participant peut modifier la forme et le contexte d'un environnement en tant réel.

Les avantages de l'interactivité

- Faire vivre l'expérience du produit aux consommateurs
- Facilite la communication avec les consommateurs
- Connaître davantage ses consommateurs
- Permet de personnaliser l'information
- Supports aux ventes

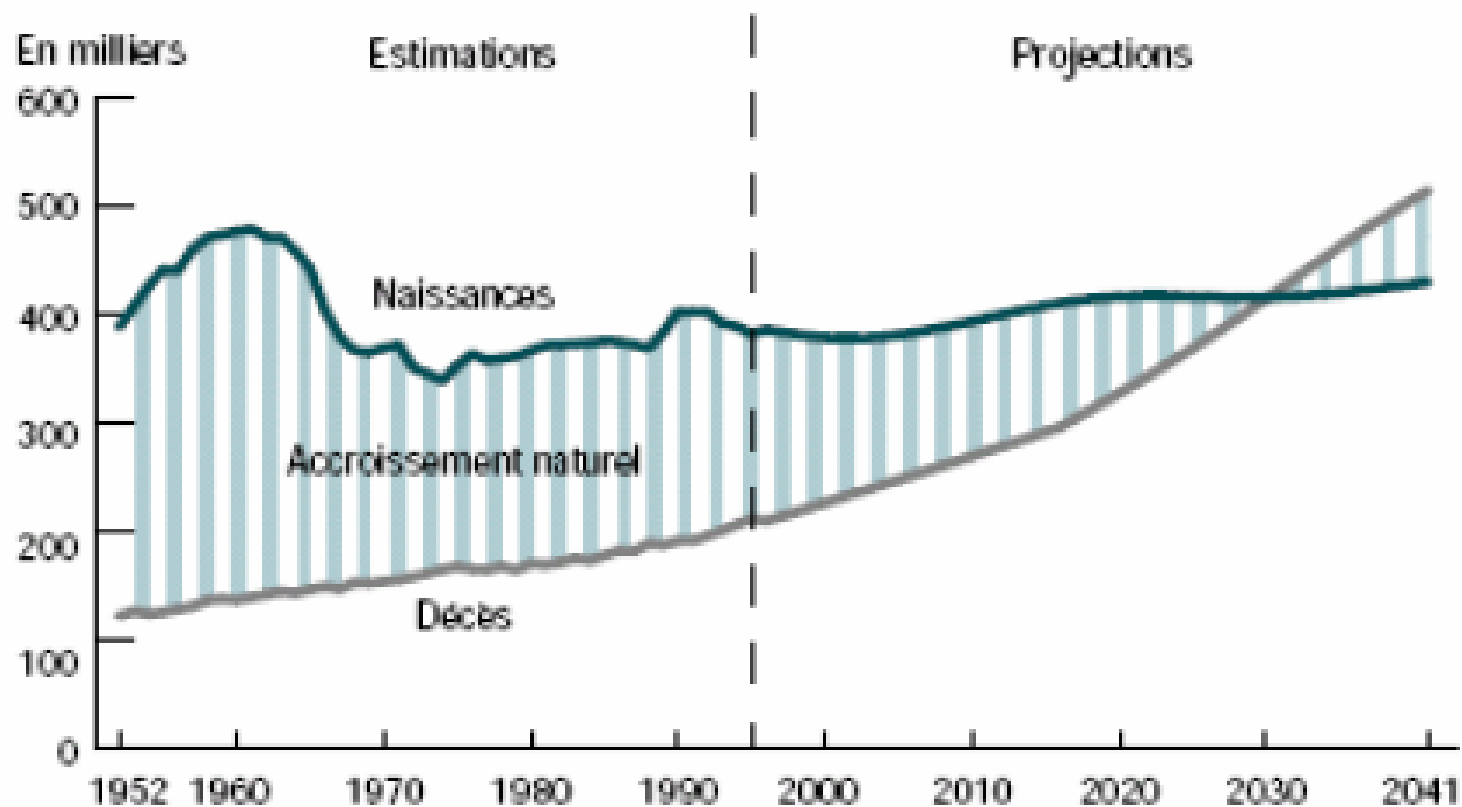
4. Le kiosque d'information... un médium d'information prometteur

Importance relative des groupes d'âge au Canada entre 2005 et 2026, en millions de citoyens



D'ici 2030, il devrait y avoir excédent des décès sur les naissances

TSC



Source : Statistique Canada, publications n^{os} 91-213-XPB et 91-520-XPB au catalogue.

Finalemment...

Est-ce que l'affichage dynamique numérique est un média de choix pour influencer vos consommateurs ?

OUI !

MERCI

Cette présentation est disponible sur le site

[http: www.hec.ca/chairerbc](http://www.hec.ca/chairerbc)