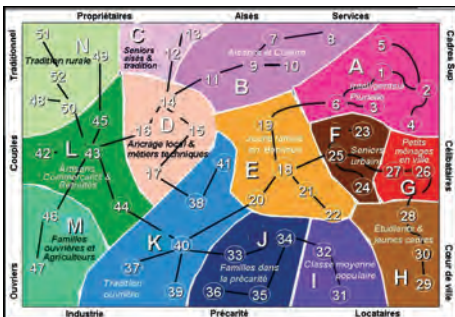


Mosaic France

Un outil de segmentation des consommateurs, pour une efficacité optimale de votre stratégie marketing



Appréhender, décoder et comprendre les comportements des consommateurs, dans toutes leurs nuances, constitue un impératif pour les entreprises et organismes commercialisant produits et services en direction du grand public. Experian développe à leur attention un instrument de segmentation et d'analyse des populations de consommateurs : Mosaic.



Avec Mosaic, Experian a lancé une nouvelle génération d'outils de segmentation des consommateurs. Mosaic, en effet, met en œuvre une autre logique d'observation et de description des populations de consommateurs, en « racontant » ces consommateurs sous un angle radicalement différent : au-delà des seules données géographiques et socio-démographiques, Mosaic privilégie une approche comportementale, en s'appuyant sur une qualification et une combinaison de faits induisant des comportements de consommation.

des données disponibles en la matière : données socio-démographiques (ménages et familles, migrations), données socio-économiques et de consommation (niveaux de revenus, professions et emplois occupés, attitudes de consommation, choix d'équipements), données d'habitat (type, ancienneté et confort des logements), d'environnement (milieux urbains, milieux ruraux, accessibilité des lieux de consommation), etc.

Sur cette base, caractérisée par une très grande richesse de critères, c'est la valorisation combinée de ce vaste ensemble factuel, à travers une logique comportementale, qui donne à Mosaic toute sa dimension novatrice : chaque segment de population se trouve décrit et qualifié non seulement par l'entremise de discriminants classiques, mais aussi à travers un « codage » décrivant des dominantes de comportement, des tendances lourdes.

L'arbre Mosaic : 52 portraits et 14 paysages

Mosaic entreprend de décrire et représenter l'ensemble de la population française, sur le territoire français d'aujourd'hui, à travers une matrice à six axes.

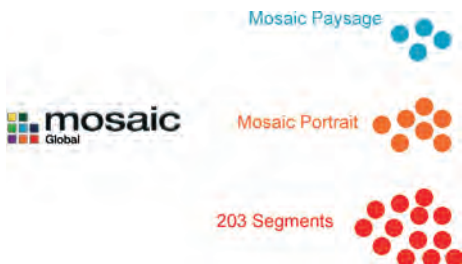
L'arbre est constitué de l'ensemble

Immeuble le Triangle de l'Arche
8, cours du Triangle
92937 Paris La Défense Cedex
Tél. : 01 41 45 10 10
Fax : 01 41 45 10 20

www.experian.fr
www.businessstrategies.fr

Global Mosaic

Permet aux entreprises de développer leurs stratégies marketing à l'international autour d'une seule grille d'analyse qui leur apporte une cohérence supra-nationale. Le service comprend 10 catégories dans lesquelles sont raccordés tous les portraits locaux de la vingtaine de pays concernés par Mosaic. La passerelle entre Global Mosaic et Mosaic est un outil clé pour la mise en cohésion du marketing global et local.



Mosaic propose ainsi un vaste éventail de 52 portraits pouvant être regroupés, par classements et croisements divers (urbains / ruraux, couples / célibataires, locataires / propriétaires, actifs / retraités, aisance / précarité, traditionnalistes / innovateurs, etc.) en 14 grandes « familles » ou paysages : « cosmopolites », « tradition ouvrière », « futurs cadres », « classe moyenne populaire », « aisance et culture », « seniors urbains », etc.

Un instrument puissant pour une multiplicité d'utilisations

Mosaic s'adresse à l'ensemble des sociétés et organismes dont l'activité, les performances et les résultats sont directement liés à la qualité et à la finesse de l'appréhension des comportements des consommateurs.

C'est notamment le cas des enseignes de la grande distribution, bien sûr, mais aussi de l'ensemble des entreprises disposant de bases de données clients, et désireuses d'en exploiter toutes les potentialités.

Transversal et adaptable, l'outil Mosaic permet en outre, au-delà de son utilisation dans un contexte français, de mettre en œuvre une grille de décryptage unique des comportements consommateurs quel que soit le pays ou le marché traité. Mosaic constitue de ce fait une solution de choix pour les

entreprises développant des stratégies d'expansion à l'international.

Une approche particulièrement fine du consommateur

L'intégralité de la palette des attentes et comportements de consommation est ainsi couverte, depuis les grands choix discriminants liés à la résidence, à la famille et à l'emploi jusqu'aux attitudes les plus pointues, par exemple vis-à-vis de l'offre de produits financiers. Mosaic permet ainsi, par rapport aux instruments de segmentation existants, de gagner de 10 % à 15 % de surcroît de discrimination du consommateur.

Mosaic se complète de données issues de l'analyse des déplacements des consommateurs. Cette description vient enrichir de façon fine le « portrait » de chacun des groupes étudiés.

Les données sources sélectionnées et les méthodes utilisées permettent une mise à jour annuelle pour tenir compte des évolutions des consommateurs.

Pour en savoir plus sur notre offre Mosaic, contactez-nous :

Tél. : 01 41 45 14 70

E-mail :

commercial@businessstrategies.fr