

## Fichiers comportementaux avec consommateurs très réactifs

Pour la définition de votre groupe cible, CONSU-matrix vous offre un choix très large de critères de sélection. Il y a en effet les variables sociodémographiques (CONSU-data, CONSU-dynamics) et lifestyle (CONSU-lifestyle). A côté de cela, il vous reste à découvrir une offre étendue de variables comportementales. CONSU-behaviour réunit un certain nombre de fichiers comportementaux ou de scoring basés sur un comportement concret des consommateurs. Ces fichiers reprennent des consommateurs au profil hautement réactif. L'expérience nous enseigne que, une fois connu, tout comportement a tendance à se répéter.

### Ceci peut concerner entre autres:

- > l'achat d'un abonnement à un journal ou magazine (Corelio/Sanoma);
- > le type de réactions (Corelio/Sanoma);
- > les généreux donateurs (Charity Profile).

Vous profitez non seulement des 'effets comportementaux' des fichiers de presse, mais les titres des journaux et magazines vous donnent encore d'excellentes indications quant aux intérêts de leurs lecteurs.

### Corelio

Corelio ne vous est certainement pas inconnu: avec 'Les Editions de L'Avenir', le Standaard, le Nieuwsblad et le Volk, Corelio est l'un des plus importants éditeurs de journaux en Belgique. Chaque jour, par la vente de ses différents titres, il touche une grande partie des consommateurs belges.

Afin que vous puissiez vous aussi profiter de ce large potentiel, WDM Belgium et Corelio ont rassemblé les fichiers de ces différents titres et les ont mis sur le marché. Ce faisant, nous avons établi une différence entre les abonnés et les 'lecteurs interactifs'. Les lecteurs interactifs ont déjà réagi par voie téléphonique à une ou plusieurs offres, ont pris part à des jeux via des lignes 0900 ou ont participé à une action commerciale pour laquelle il fallait remplir un coupon-réponse ou collectionner des points.

Ici, nous avons affaire à des consommateurs très réactifs: en effet, ces consommateurs ont pris la peine de décrocher leur téléphone ou ont investi de leur temps pour remplir, découper et expédier un coupon-réponse, preuve de leur bonne disposition à l'égard du marketing direct. De plus, d'après leur relative fraîcheur, vous pouvez déterminer vous-même jusqu'à quand leurs réactions demeurent sélectionnables.

### Sanoma

Sanoma? Ce nom ne vous dit rien? Pourtant, vous connaissez sans doute des magazines tels que Flair, Humo, Feeling, Evita, etc. Sanoma, le plus important éditeur de magazines en Belgique, touche plus de la moitié des lecteurs de revues. D'ailleurs, sept Belges sur dix lisent de temps à autre un magazine Sanoma.

Le portefeuille est fort diversifié: on y retrouve un certain nombre de magazines de télévision et d'actualité (Télé Moustique et Télé Pocket, TeVe-Blad, Humo), un large éventail de magazines féminins (allant de Femmes d'Aujourd'hui, Flair l'Hebdo et Gael, à Feeling, Evita et Flair jusqu'à Libelle et Story), et aussi des publications plus spécifiques telles que Gael Maison et Feeling Wonen.

Afin que vous aussi puissiez tirer profit de cet ensemble unique de consommateurs, WDM Belgium et Sanoma ont uni leurs forces et mis sur le marché les adresses de 14 titres. Chacun de ces 14 titres correspond à un profil de lecteur très particulier. Pour chaque titre, il vous est possible de louer les adresses des abonnés et des lecteurs interactifs.

### Charity Profile

Vous êtes actif dans le secteur du caritatif ou du fundraising, et vous voulez atteindre de nouveaux donateurs? Charity Profile vous offre la réponse.

Le fichier Charity Profile a été bâti à partir de l'analyse de profil des donateurs d'une trentaine d'œuvres de bienfaisance en Belgique. Basé sur le profil des multi-donateurs (personnes soutenant différentes organisations), il dresse la cartographie des donateurs les plus généreux grâce à un scoring de toute la population belge.

Charity Profile n'est pas un fichier de donateurs avérés, mais un fichier reprenant les individus hautement susceptibles d'être des donateurs. Leur profil très spécifique inclut une disposition favorable à la réception d'informations par la voie du marketing direct.

## En pratique

### Demandez un comptage spécifique: nous vous donnerons un aperçu du potentiel d'adresses disponible par canal.

Binnen CONSU-matrix kunt u alle beschikbare variabelen combineren. Zo kunt u uw doelgroep haarfijn afbakenen, met een rechtstreekse impact op de ROI van uw campagne.

En natuurlijk combineert u niet alleen de beschikbare variabelen in CONSU-matrix. Hoeveel off- en on-linecontactpunten u kunt bereiken? Wat uw potentieel is voor een telemarketingactie? U krijgt meteen een overzicht van de beschikbare aantallen per kanaal.



DATA DELIVERY

### SOUHAITEZ-VOUS PLUS D'INFORMATIONS?

Fort de son expérience, **WDM Belgium** vous guide dans la mise sur pied de vos campagnes de prospection.

Avec **CONSU-matrix**, nous vous aidons volontiers à constituer vos groupes cibles et procéder au choix de vos canaux.

## CONSU-behaviour

LE COMPORTEMENT À L'AVANT-PLAN