

## Les bonnes variables sociodémographiques pour une sélection de groupes cibles pertinente et rentable

Préparez-vous une campagne de prospection nationale? Ou une action très ciblée? Cherchez-vous à fidéliser votre clientèle existante? CONSU-data vous offre les bonnes variables sociodémographiques pour une sélection de groupes cibles pertinente et surtout rentable.

## CONSU-data, het grootste deelbestand van CONSU-matrix

CONSU-data est le plus grand des fichiers constitutifs de CONSU-matrix, la solution intégrée de WDM Belgium en data delivery. Avec un potentiel de plus de 85% de la population belge, soit plus de 3,7 millions de ménages et 6,5 millions d'individus (18+), associé à un large éventail de critères de sélection, vous disposez d'une infinité d'applications.

Les critères de base de CONSU-data se répartissent en :

- > critères géographiques: code postal, commune et sous-commune, quartier, segment de rue, région Nielsen, etc.;
- > critères personnels: langue, sexe, âge;
- > critères familiaux: nombre d'adultes et leur âge, nombre d'enfants par classe d'âge, typologie familiale, etc.;
- > critères d'habitation: habitation unifamiliale ou multifamiliale, niveau d'urbanisation;
- > critères quartier/pouvoir d'achat: classe sociale, pourcentage de propriétaires et de jardins par quartier;w

Avec CONSU-matrix, vous pouvez combiner toutes les variables disponibles. Ainsi, vous déterminerez vos groupes cibles avec précision avec un impact direct sur le ROI de votre campagne.

En plus de combiner les variables disponibles dans CONSU-matrix, vous obtiendrez aussitôt, par canal, un aperçu des chiffres disponibles: combien de points de contact on-line et off-line puis-je toucher? Quel est mon potentiel pour une action de télémarketing?

## Développement continu de nouvelles variables

Afin de vous offrir encore plus de valeur ajoutée, WDM Belgium développe constamment de nouvelles variables fondées sur la combinaison pertinente de données. Parmi celles-ci :

- > Mosaic: une typologie pointue de données sociodémographiques au niveau du segment de rue. Une variable Golden CIM standard;
- > iCARus: la typologie voitures de CONSU-matrix, important indicateur de pouvoir d'achat;
- > Etymologie: cette typologie donne le pays d'origine probable à partir du nom de famille et du quartier d'habitation;
- > Sélections de voisinage: les voisins de vos clients sont souvent vos meilleurs prospects!

Si vous hésitez quant aux variables à prendre en compte pour la définition de votre groupe cible, notre solution CONSU-score est faite pour vous!

## Une qualité garantie

Outre le vaste éventail de possibilités de CONSU-data sur le plan de la définition et de la sélection de groupes cibles, ce fichier vous garantit aussi la qualité de ses points de contact :

- > L'information sur les déménagements et les nouveaux numéros de téléphone est mise à jour quotidiennement, les autres données sont modifiées ou complétées au moins 3 fois par an. La fraîcheur de l'information ramène à un strict minimum le nombre des retours postaux.
- > Les fichiers de référence garantissent une qualité optimale de l'adresse. Grâce à CONSU-matrix, le consommateur reçoit toujours un courrier bien présenté. Dans les régions bilingues, sa langue est respectée. Le nom et l'adresse ne sont-ils pas les premiers éléments qui sautent aux yeux dans un direct mail?
- > WDM Belgium veille à ne fournir que des adresses de consommateurs utilisables. Institutions, homes, prisons sont écartés des sélections. Pour vous, aucun gaspillage et pour le consommateur, aucune irritation!
- > Nous travaillons toujours dans le respect total de la vie privée du consommateur. Membre actif de l'ABMD, WDM Belgium repousse dans chacune de ses sélections tous les consommateurs inscrits sur la liste Robinson. De même, il en écarte les personnes ayant manifesté auprès de ses services le désir de ne plus recevoir aucun mailing.

## En pratique

Pour quel type de campagne êtes-vous à la bonne adresse avec CONSU-data?

### Quelques exemples:

- > Vous lancez une nouvelle formule de voyages destinée aux jeunes célibataires et recherchez un potentiel d'adresses maximal. En effet, vous souhaitez écrire en direct à tout votre groupe cible et rendre ainsi publique votre nouvelle offre.
- > Vous êtes actif dans le retail et avez fait réaliser une analyse de profil de votre clientèle. A présent, vous voulez sélectionner de nouveaux prospects caractérisés par un profil comparable, cela dans un rayon de 6 km autour de votre magasin.
- > Vous souhaitez joindre par téléphone les parents d'enfants âgés de 6 à 8 ans afin de leur vendre un abonnement à un nouveau magazine pour enfants.
- > Vous vendez à distance des articles de jardin et désirez accroître votre potentiel client. A cet effet, vous recourez aux sélections de voisinage de CONSU-data, car l'herbe est toujours plus verte de l'autre côté de la clôture!

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



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-data

A LA BONNE ADRESSE, DEPUIS 15 ANS DÉJÀ!