

## La base idéale pour toutes vos campagnes d'acquisition et de CRM

Vous recherchez des consommateurs qui abordent un tournant décisif de leur existence ? Vous voulez profiter des Magic Marketing Moments, quand les consommateurs sont confrontés à des besoins nouveaux en termes de produits et de services ? Avec CONSU-dynamics, votre produit ou service se retrouve en pole-position !

Nous dégageons des tendances sociodémographiques nettes : les passages d'un type de situation familiale à un autre se produisent plus fréquemment ; les cycles de vie traditionnels deviennent plus complexes ; des besoins aisément prévisibles se muent en nécessités rapidement changeantes. A ces moments-là, les consommateurs sont plus vite tentés de modifier leur comportement pour exprimer des besoins et des désirs.

'Le bon message à la bonne personne par le bon canal AU BON MOMENT' a alors force de loi !.

**Pour vous aider, CONSU-dynamics présente les fichiers suivants :**

- > Life stages
- > Movers
- > Movers History
- > Kids-Data en Teens-Data

### Life stages

En comparant les versions successives des données de CONSU-matrix, WDM Belgium est en mesure de déterminer un grand nombre de phases de vie et de transitions. Ceci selon divers points de vue :

- > celui de l'enfant : communions, début de la vie adulte, etc. ;
- > celui de l'adulte : midlife, préparation de la retraite ou d'un legs, etc. ;
- > celui de la famille : nouvelle cellule ou rupture, left/back/split/empty nest (au total environ 270.000 modifications par an).

### Movers

Quand des personnes déménagent, cela signifie pour elles bien davantage qu'une nouvelle carte de visite. Les déménagements accompagnent les grands moments de la vie. Pour vous aussi, ces déménagements se révèlent importants, car ils déterminent un groupe cible très intéressant. En effet, il faut meubler, installer et organiser la nouvelle habitation, mais surtout, les personnes concernées par un déménagement doivent changer leurs habitudes. Habitudes que vous pouvez influencer en les informant et en leur présentant vos produits ou services.

Le fichier Movers résulte de la compilation de plusieurs sources. En sa qualité d'Agreed Mutapost Partner, WDM Belgium dispose des données de déménagements récoltées dans le cadre du service DoMyMove que La Poste propose à ses clients.

Cependant, un groupe croissant de consommateurs ne communique pas ses déménagements à La Poste. C'est pourquoi WDM Belgium détecte le reste de ces déménagements à partir de CONSU-data. Avec ses mises à jour hebdomadaires et ses 350.000 déménagés par an, Movers est, sur le marché, le fichier le plus important et le plus rapide dédié à cette problématique.

### Movers History

Exploitant les informations du fichier Movers depuis plus d'une décennie, WDM Belgium est en mesure de créer de nouvelles variables qui peuvent vous aider à affiner vos sélections de groupes cibles, soit les déménagés fréquents et les adresses fréquentes de déménagement.

En prenant en compte la durée d'occupation moyenne des habitants précédents, ainsi que d'autres variables comme l'âge des habitants actuels, Movers History estime dans quelle mesure les occupants de l'habitation en question risquent d'y demeurer à longue échéance.

### Kids-Data & Teens-Data (en collaboration avec Family Service)

Sur le marché belge, Kids-Data (3 à 11 ans) et Teens-Data (12 à 18 ans) sont les seuls fichiers qui vous permettent d'écrire directement à l'enfant ou d'envoyer un message combiné s'adressant aussi bien aux parents qu'à leur progéniture.

Avec une couverture moyenne s'élevant à 65% de tous les enfants et la disponibilité du prénom et de la date de naissance, ces fichiers ouvrent la porte à un marketing efficace, spécifiquement destiné aux jeunes et adapté à leur âge.

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

## En pratique

### CONSU-dynamics pour toutes vos campagnes de prospection et de CRM

#### Quelques exemples pris au hasard :

- > Spécialiste de la vente au détail, vous désirez souhaiter la bienvenue aux nouveaux venus dans le voisinage de vos magasins en leur offrant une réduction spéciale. Pour ce faire, vous recherchez les déménagés qui viennent habiter dans les zones de chalandise de vos points de vente. Movers vous procure le plus gros potentiel de candidats !.
- > Un fundraiser cherche toujours des façons d'augmenter le ROMI de ses actions en procédant à des sélections toujours plus efficaces. Chaque centime compte pour la bonne cause ! Les analyses indiquent que les familles où les enfants quittent le foyer comptent parmi les plus généreux donateurs.
- > Les sociétés de crédit ont découvert que les familles amenées à déménager souvent recourent au crédit davantage que la moyenne. Dès lors, Movers History figure parmi les variables de sélection régulièrement utilisées dans le cadre des actions d'acquisition.
- > Tout banquier sait bien qu'il doit s'attacher la clientèle des consommateurs le plus tôt possible. Dès lors, vous recherchez les jeunes à partir de 12 ans afin de leur donner des informations sur les comptes qui leur sont destinés. Mais vous savez également que, lorsqu'il s'agit d'argent, les parents veulent avoir leur mot à dire. Grâce à Teens-Data, il vous est possible de communiquer votre offre aux enfants aussi bien qu'aux parents, d'une façon directe et personnalisée. .
- > A la veille de partir à la retraite, les personnes concernées aiment faire un bilan et se préoccupent de savoir comment ils utiliseront leur fonds de pension. Investir ? Dépenser ? Banquiers, assureurs, agences de voyages, agents immobiliers, fabricants d'automobiles, tous sont prêts à orienter ces consommateurs dans la bonne gestion de leur capital et ont recours à la variable 'préparation de retraite ».

**Demandez un comptage spécifique : nous vous donnerons un aperçu du potentiel d'adresses disponible 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-dynamics

LA CARTOGRAPHIE DES 'MAGIC MARKETING MOMENTS'