

## Le style de vie de 43% des ménages belges mis en perspective

Vous cherchez des points de contact actuels et réactifs ? Des possibilités de segmentation poussée pour soutenir vos actions d'acquisition ?

Avec CONSU-lifestyle, CONSU-matrix propose la plus vaste offre de critères lifestyle disponible en Belgique. Ainsi, vous disposez des volumes les plus élevés, des sélections les plus pointues et d'un accès à tous les canaux du marketing direct.

### Duizenden selectiecriteria

Avec environ 2 millions de ménages recensés, CONSU-lifestyle rassemble une connaissance étendue du marché des consommateurs. Il se base sur d'importantes enquêtes (Grande Enquête Consommateurs Permessio, Select Post de Belgian Post Solutions, autres questionnaires communiqués par des partenaires, etc.) et autres concepts de consultation interactifs (Permessio.be, www.gagnezunemaison.be, etc.)

De cette façon, WDM Belgium rassemble des milliers de critères de sélection et dresse la cartographie de vos groupes cibles en s'appuyant sur :

- > hobbies, sports et intérêts;
- > comportement d'achat FMCG et consommation de produits;
- > profils de retail, utilisation d'Internet et vente à distance;
- > profils de communication: utilisation de lignes fixes et téléphonie mobile, profil Internet;
- > possession d'une voiture;
- > gestion de budget, profil d'assuré, gros achats;
- > maison et jardin;
- > choix des sources d'énergie;
- > vacances;
- > critères professionnels: indépendants, professions libérales, administrateurs/gérants à leur adresse privée.

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.

## 36 'clusters lifestyle' pour encore plus de possibilités de targeting

WDM Belgium va encore plus loin et crée pour vous 36 clusters lifestyle. Ces clusters représentent des possibilités de ciblage puissantes et complémentaires. Ils sont constitués à partir d'un nombre important de variables lifestyle sous-jacentes, dans les domaines suivants :

- > hobbies et intérêts: ex. les bricoleurs, les amis des animaux, les cocooners;
- > comportement face aux médias: ex. les lecteurs de journaux de qualité, le public des chaînes télévisées commerciales;
- > boire et manger: ex. les 'Bourguignons', les amateurs de sucreries;
- > usage de marques: ex. les clients de marques A, les amateurs de changement;
- > questions d'argent: ex. les dépensiers, les consommateurs avertis;
- > canaux d'achat: ex. les assurés directs, les acheteurs sur Internet.

### Profession Indicator

Le groupe professionnel auquel appartiennent les membres d'un ménage donne une bonne idée de son pouvoir d'achat et de son emploi du temps. Ainsi, nous pouvons partir du principe que les administrateurs d'une grande entreprise peuvent dépenser plus qu'un fonctionnaire moyen. Afin de rencontrer la demande du marché, et donc de mettre en perspective ces groupes professionnels, WDM Belgium a créé le Profession Indicator, une typologie de professions comptant 7 classes, partant des catégories de professions les plus élevées, passant par les employés et fonctionnaires, et achevant son tour d'horizon par le frigidum professionnellement inactive de la population.

Outre le vaste éventail de possibilités de CONSU-lifestyle 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.

Chaque semaine, CONSU-Lifestyle est alimenté en données actuelles grâce à nos enquêtes et autres solutions interactives, ce qui vous permet de réagir très vite. L'information sur les déménagements et les nouveaux numéros de téléphone est mise à jour quotidiennement. Les fichiers de référence garantissent une qualité optimale de l'adresse.

WDM Belgium rassemble les informations et les points de contact d'une population très réactive, ouverte au marketing direct et donc, prête à communiquer ses coordonnées pour recevoir des offres intéressantes via poste, téléphone ou courriel.

Nous travaillons bien entendu dans un respect total de la vie privée du consommateur. Membre actif de l'ABMD, WDM Belgium repousse à chaque sélection tous les consommateurs qui se sont inscrits sur la liste Robinson, de même que 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-lifestyle ?

### Quelques exemples pris au hasard :

- > Vous souhaitez soutenir le lancement d'un nouveau 'cosmécétique' par une action de marketing direct originale et recherchez des femmes actives, préoccupées aussi bien par leur 'intérieur' (santé) que leur 'extérieur' (soins du corps).
- > Vous vendez des chaudières à haut rendement et désirez monter une action de prospection destinée aux familles qui se chauffent au mazout.
- > Vous recherchez des consommateurs prêts à dépenser beaucoup d'argent pour le bien-être de leurs animaux de compagnie.
- > Pour renforcer votre réseau de concessionnaires, vous cherchez des familles susceptibles de remplacer leur voiture et qui envisagent votre marque. Vous désirez un fichier distinct par concessionnaire, établi selon la localisation des prospects.
- > Vous cherchez les individus peu enclins à prendre des risques, car ceux-ci pourraient s'intéresser à une nouvelle forme d'investissement garanti.
- > Vous désirez promouvoir un produit bancaire auprès de personnes ayant les moyens d'investir. Pour ce faire, vous recherchez des prospects fortunés, à partir d'une information sur leur métier, en combinaison avec des indicateurs de pouvoir d'achat liés à l'adresse privée.

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-lifestyle

LA PLUS GRANDE OFFRE DE CRITÈRES LIFESTYLE EN BELGIQUE