



# Rester connecté au monde qui vous entoure

## Une nouvelle étude indique que les consommateurs souhaitent que les marques participent au monde qui les entoure

Par le passé, la conversation était notamment dirigée par les marques et les médias. Mais ce n'est plus tout à fait le cas aujourd'hui, et des millions de personnes participent aux conversations directes, interactives et publiques qui se déroulent chaque jour sur Twitter.

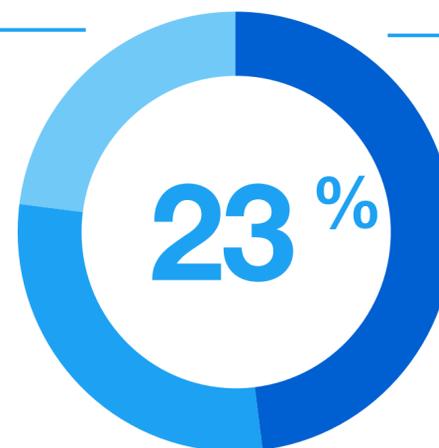
Auparavant, les médias et les marques faisaient la pluie et le beau temps, mais à présent, ce sont les individus eux-mêmes qui sont aux commandes. Ce qui naît dans des groupes de niche finit par atteindre le grand public à un rythme inédit jusqu'ici. Aujourd'hui plus que jamais, votre marque doit rester connectée au monde qui l'entoure.

### La décision d'achat d'un consommateur dépend de la pertinence culturelle

Nous avons travaillé avec IPG et l'agence média MagnaGlobal pour comprendre quels sont les facteurs qui influencent la décision d'achat des consommateurs, et il s'avère qu'un quart de cette décision repose sur la pertinence culturelle de la marque, ce qui est loin d'être insignifiant.

Pertinence culturelle

Réputation et classement de la marque  
29 %



Prix et qualité  
48 %

Quand les marques participent à ce qu'il se passe sur Twitter, elles observent des impacts positifs tout au long du tunnel de conversion

+18%

d'association de message

+8%

de notoriété de la marque

+7%

de préférence de la marque

+3%

d'intention d'achat

À quoi allez-vous connecter votre marque ?