

Juin 2022 : l'actualité des études de marché et du marketing

Chaque mois, Thierry Backer, professeur associé au Cnam Paris, qui intègre dans ses cours approche théorique et apprentissage métier, vous propose un regard sur l'évolution du marketing et les enjeux de la Data. Des exemples concrets d'études issues de son parcours professionnel en institut (BVA, Estel Research, Kantar ex-TNS, Ipsos). Thierry Backer dirige depuis 2013 le département Services, marketing et expérience clients chez Harris Interactive.

En juin 2022, je vous propose les 5 articles et publications suivants :

En premier lieu, des articles de Research Market News concernant la question cruciale de la participation aux enquêtes online et les moyens activables pour optimiser cette envie de répondre à des sondages.

On trouvera l'avis de Yves Laffon d'Apponio qui présente des réponses « classiques » mais efficaces, propres à la qualité des questionnaires online et à la gestion des Access Panels. [LIRE](#)

Et l'avis de Jeremy Lefebvre (Episto), qui souligne, quant à lui, les avantages méthodologiques du recours aux réseaux sociaux, techniques encore peu répandues qui vont s'accroître dans les années à venir dans les études de marché. [LIRE](#)

Sans transition, une publication intéressante (en anglais) d'Ipsos sur la place de l'Intelligence artificielle au sein des outils d'analyse marketing en complément des « traditionnelles » études de marché. Ces dernières ont depuis longtemps perdu leur monopole en termes de source de connaissance du consommateur. [LIRE](#)

Dans ce même registre digital, encore une étude sur le Metaverse publiée par Opinion Way pour La Retail Tech, qui fait le point sur le degré de connaissance et d'intérêt que rencontre cette nouvelle technologie émergente auprès des Français. [LIRE](#)

Un palmarès mondial qui autorise les études de marché et plus spécifiquement les panels : Kantar publie son étude annuelle Brand Footprint, qui classe via un indicateur composite (associant taux de pénétration et fréquence d'achats) les marques mondiales de grande consommation et fait ressortir un TOP25. Une surprise ? Coca-Cola – marque emblématique du marketing grand public – occupe toujours la première place. [LIRE](#)

Enfin, comment ne pas partager les résultats de « l'Observatoire de la joie et du bonheur » réalisé par Opinion Way pour l'Office hollandais des fleurs. À noter que si 43% de nos compatriotes se déclarent très heureux en général, seulement 28% déclarent l'être dans leur vie professionnelle. À méditer... [LIRE](#)





16 juin 2022

Édito de Thierry Backer

Bienvenue dans cette chronique mensuelle qui aborde des sujets liés à l'actualité des études de marché, des sondages et du marketing. Son contenu est à destination des auditeurs qui cherchent à étayer leurs connaissances et plus globalement à tous les curieux intéressés par ces thématiques.

Je vous propose chaque mois une sélection d'articles, éditoriaux, blogs, webinaires, dossiers ou rapports, livres de droits et dans le domaine public, dont l'objet est soit de publier des résultats d'études, soit d'aborder un domaine du marketing ou des sondages.

Bonne lecture à tous et toutes !

© Photo : iStock