

Des études jetables aux études durables

Par **François Laurent** < <https://blog-ai.qwamci.com/index.php/author/francois-laurent/> >

7 février 2022 < <https://blog-ai.qwamci.com/index.php/2022/02/07/des-etudes-jetables-aux-etudes-durables/> >



Yves Del Frate

CEO CSA.

A dirigé Havas Media en France et en Belgique pendant plus de 10 années après une première vie dans la publicité chez EURO RSCG en France et à l'international.



Des études jetables aux études durables

Plus de 70 Milliards investis en études dans le monde chaque année, plus de 2 milliards en France, hors data collecte limitée par le RGPD et avant l'essor des objets connectés.

Data Tsunami à venir, chauds les data centers !

Pour limiter l'empreinte écologique de vos études, vous pouvez toujours diminuer l'empreinte carbone de vos serveurs ; mais surtout plus stratégique : recycler vos études d'hier dans votre intelligence artificielle de demain !

Un petit geste pour l'écologie, un grand pas pour votre stratégie marketing.

Dans votre entreprise chaque département, chaque service, recèle un trésor de connaissances qui répondent toutes à un besoin plus ou moins ponctuel, plus ou moins sectoriel ...

Études de marché, baromètre de notoriété et d'image, marketing mix modeling (MMM), tests de sensibilité prix, bilans de performances media, post tests de campagnes, modèles d'attribution digitaux (MTA), études d'efficacité touchpoints, tracking social/WOM, analyses SWOT... une galaxie de données, plus ou moins granulaires, plus ou moins liées.

Imaginez cette galaxie de données transformée en système binaire, organisée dans un software qui unifie la mesure d'impact de vos leviers media marketing.

Imaginez toutes vos données dans une plateforme d'intelligence artificielle basée dans le cloud qui reproduit en virtuel une réplique exacte du marché dans lequel vous opérez dans le monde réel avec vos clients, vos prospects, face à vos concurrents.

Un laboratoire digital qui vous permet d'évaluer en temps réel, sans risque, toutes les stratégies marketing que vous pouvez concevoir ... une véritable modélisation des attitudes et comportements des consommateurs.

Bienvenue dans les Marchés Virtuels, frères jumeaux marketing du Métavers.

Quelques clics pour évaluer la relation entre vos messages, les media, votre distribution et vos ventes ; impact sur les concurrents, impact et rôle réel de vos notoriété et image, effet des changements du consumer journey, du développement du e-commerce, d'une raréfaction des cookies tiers, d'une segmentation consommateurs plus pertinente, d'une stratégie de prix bas vs une tactique promotionnelle, d'une fusion entre deux media leader, d'une contraction ou d'un développement de votre marché, d'un changement radical d'attitude ou de comportement de vos clients suite à un bad buzz, d'une crise, une grève ou encore une élection...le tout à court, moyen et long terme.

La biologie, l'aérospatiale et même la Formule 1 ont déjà adopté ce type de technologie basée sur l'Agent Based Modeling (ABM), le marketing reste conservateur... à l'exception des GAFAM, leurs résultats parlent pour eux.

Dans un monde de plus en plus imprévisible, face à un consommateur tout puissant, une nouvelle ère s'ouvre avec ses nouveaux challenges.

Après le marketing descriptif et le prédictif nous entrons dans l'ère du prescriptif.

Le « what if » devient le nouveau motto marketing, l'agilité pour planifier, budgéter et simuler les résultats sur votre business devient la condition sine qua non de la performance.

Les pieds sur Terre, la tête dans le Cloud, les marchés virtuels, sont un nouvel outil pour dealer avec la nouvelle complexité du public, des Français en 3D, consommateurs, citoyens et salariés à la fois.

Les marchés virtuels et vous voilà prêts à embrasser les changements qui ne manqueront pas d'arriver dans le futur...ne laissons pas aux acteurs de la Tech ce nouveau marché prolongement naturel du métier des instituts d'études.

Courage ne fuyons pas, investissons et embrassons la révolution Métamarketing.

LinkedIn < <https://www.linkedin.com/company/qwam-content-intelligence> >

Twitter < <https://twitter.com/qwamci> >

E-mail

© 2022 Analytics & Insights by QWAM < <https://blog-ai.qwamci.com/> > **Haut** ↑