

Les 8 tendances digitales 2015

#MSdigitaltrends

LA CONNEXION INTELLIGENTE



57%

des consommateurs apprécieraient que les contenus de marque soient automatiquement filtrés selon leurs besoins.

55%

se montreraient plus attentifs à des communications de marques contextualisées.

LE RÉEL REDÉFINI

47%

des internautes recherchent de nouvelles expériences digitales qui se prolongent dans le monde réel.

62%

privilégieraient les marques proposant une expérience produit continue sur l'ensemble des canaux d'achat.



LA NOUVELLE ÈRE DE LA DÉCOUVERTE

49%

des consommateurs attendent des marques qu'elles leur fassent découvrir de nouveaux produits ou services qui correspondent à leurs besoins.

60%

indiquent qu'ils seraient prêts à acheter un produit ou un service qui leur offrirait une expérience surprenante.



L'HEURE DES RÉSEAUX SPÉCIALISÉS

53%

des individus sont plus sensibles aux communications de marques sur les réseaux sociaux spécialisés.

40%

échangeraient plus facilement avec une marque dans le cadre de réseaux sociaux spécialisés.



DES EXPÉRIENCES PERSONNALISÉES

61%

des internautes souhaitent pouvoir personnaliser les produits et services qui leur sont proposés.

54%

attendent des marques qu'elles communiquent de façon personnalisée, en fonction de leurs valeurs et préférences.



LE « DROIT À MON IDENTITÉ »

49%

des consommateurs veulent être en mesure de choisir la durée de mise en ligne d'une information les concernant.

79%

souhaitent avoir le droit de supprimer des informations portant sur eux.



LA VALORISATION DES DONNÉES PERSONNELLES

76%

des individus souhaitent une utilisation transparente de leurs données par les marques.

56%

ont conscience de la valeur de leurs données mais ne savent pas comment en tirer profit.



MIEUX SE CONNAÎTRE

58%

des Français interrogés mesurent régulièrement leurs performances et activités à l'aide d'objets connectés.

33%

seraient prêts à s'engager auprès d'une marque qui leur permettrait d'améliorer leur quotidien grâce à l'analyse de leurs données.

MÉTHODOLOGIE

Enquête réalisée sur la base de 13 000 consommateurs interrogés dans 13 marchés (Brésil, Canada, Chine, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Russie, Espagne, Suède, Emirats Arabe Unis, Royaume-Uni, Etats-Unis). Cette enquête a été réalisée en partenariat avec the Future Laboratory et Research Now. Le livre blanc des tendances digitales reprenant l'ensemble de l'étude internationale est accessible [ici](#).