

Introduction du tout nouveau logiciel PSYTE® Canada Advantage



Connaissance du marché = rôle de leadership sur le marché

Les initiatives de marketing réussies qui augmentent les recettes et la clientèle doivent être fortement axées sur des renseignements exacts, opportuns et importants et être stimulées par ceux-ci. En plus de fournir l'information nécessaire à la prise de décisions informées relatives au marché, le tout nouveau logiciel PSYTE Canada Advantage réalise des profils d'une exactitude incomparable des clients, des clients potentiels les plus prometteurs et du marché, et offre un contrôle complet des possibilités du marché et des produits ainsi que des évaluations claires des possibilités relatives aux nouveaux emplacements. Il donne également une vision globale aux campagnes de marketing ciblées.

La représentation la plus fidèle des quartiers canadiens...

PSYTE® Canada Advantage est le tout nouveau système de segmentation géodémographique de MapInfo qui classe les quartiers canadiens en segments mutuellement exclusifs selon les styles de vie, ou « groupes d'activités », déterminés au moyen de mesures géodémographiques précises, de l'emplacement et de données sur les comportements de consommation et le style de vie.

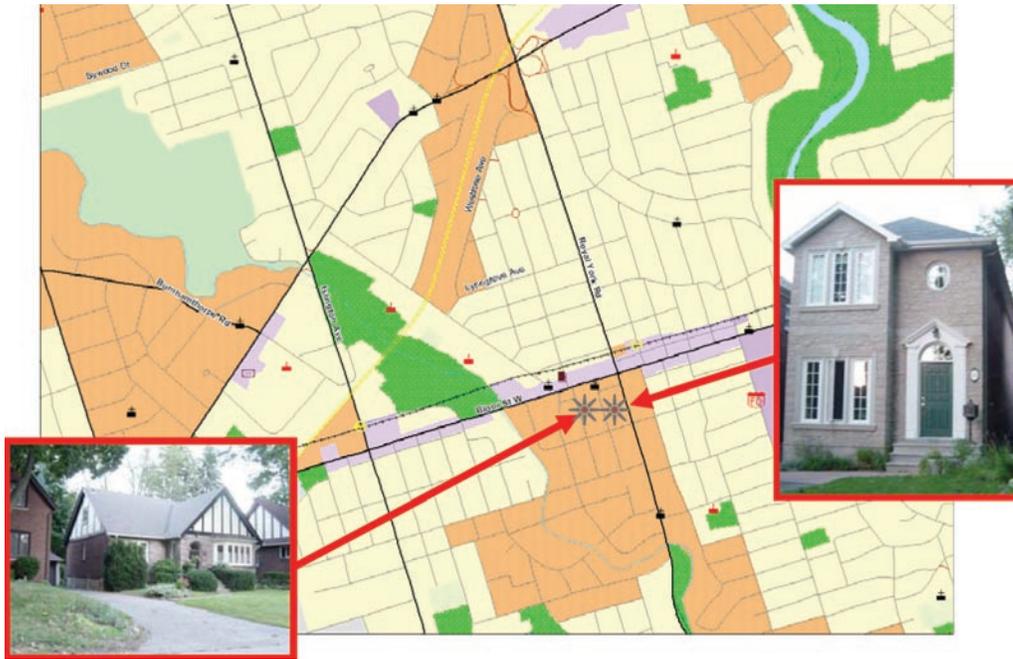
PSYTE® Canada Advantage permet la visualisation, la prévision et l'analyse détaillée des tendances de tout marché ou de toute clientèle au Canada par l'évaluation des similitudes démographiques, des possibilités du marché, des dépenses de consommation ainsi que du style de vie des consommateurs. Le tout est basé sur une puissante combinaison de données géodémographiques et de données sur les tendances de consommation, le style de vie et l'emplacement.

PSYTE® Canada Advantage est le résultat d'une évolution au chapitre de l'analyse typologique. MapInfo a remanié le système d'analyse des segments au moyen d'une technologie spatiale de pointe, de modélisations de groupes modernes et d'une approche progressive qui permet d'obtenir un niveau d'exactitude et de personnalisation qu'on ne pouvait atteindre auparavant. PSYTE Canada Advantage fournit des perspectives d'un niveau nettement supérieur à celui des données démographiques de base et surpasse considérablement le rendement des générations précédentes de groupes d'activités.

Les données sont choisies avec soin...

PSYTE® Canada Advantage a été mis au point en combinant les données du recensement de 2001 du Canada et différentes données supplémentaires de haute qualité dans un environnement de création de segments à la fine pointe de la technologie. Les segments créés constituent la représentation la plus fidèle des quartiers canadiens qu'on ait jamais conçue. PSYTE Canada Advantage répartit le Canada en 65 types de « segments » ou de quartiers et en 15 groupes principaux. Chaque segment est unique sur le plan des éléments démographiques clés, du comportement des consommateurs, des préférences médiatiques, du style de vie et de l'emplacement.

Segment 12 – Haute bourgeoisie – Toronto (Ontario)



Les avantages...

Dans le marché hyper concurrentiel du marketing du nouveau millénaire, la réalisation de campagnes de marketing réussies et la différenciation comportent de toutes nouvelles difficultés :

- l'obtention d'une clientèle fidèle et rentable;
- l'obtention de taux de réponse très élevés aux campagnes;
- le ciblage des lancements de produits;
- la création de la meilleure gamme de produits;
- le repérage d'emplacements très prometteurs;
- la création de partenariats et d'associations de marques enrichissants.

PSYTE Canada Advantage contribue à la réalisation de campagnes de marketing réussies qui font augmenter la clientèle, l'achalandage, les ventes et les profits.

Les difficultés liées au marketing ciblé et la solution de PSYTE Canada Advantage...

L'avantage concurrentiel que détient une entreprise, l'obtention de clients, les efforts liés à la fidélisation et la mise en œuvre de campagnes de marketing ciblées efficaces dépendent grandement de l'exactitude et de l'exhaustivité de la connaissance des marchés et des secteurs commerciaux, de la clientèle actuelle, des clients antérieurs, de l'origine des clients, des tendances et du volume de consommation, des préférences médiatiques des clients et des clients potentiels ainsi que de leur style de vie et de leurs points de vue. Cependant, il est assez difficile d'obtenir de telles connaissances.

Problème :	Au moyen de programmes de fidélisation, de données recueillies aux points de vente, de bons de garantie, d'abonnements, de comptes et même d'enquêtes, les entreprises obtiennent de nombreux éléments de données utiles au marketing. Cependant, la situation dans son ensemble peut demeurer floue. Certaines questions, par exemple <i>à quoi le marché du produit A ressemble-t-il ou pourquoi le rendement du magasin X est-il inférieur aux attentes</i> peuvent demeurer sans réponse.
Solution :	Il faut obtenir des données géodémographiques supplémentaires, et ce, de façon rentable. Voilà où PSYTE Canada Advantage entre en jeu. PSYTE Canada Advantage est un système formé d'une combinaison d'éléments géodémographiques et conçu précisément afin de répondre aux problèmes de marketing susmentionnés. Il permet de déterminer qui sont les clients, où ils sont situés et comment il est possible d'en trouver et d'en attirer davantage afin de faire rouler une entreprise.
Résultats :	Au cours de la dernière décennie, PSYTE a été utilisé par des milliers d'entreprises au Canada et aux États-Unis afin d'établir le profil de leurs clients, de localiser avec précision les marchés à cibler et d'obtenir une meilleure connaissance du marché. Ces entreprises ont abandonné les stratégies commerciales indifférenciées et le choix aléatoire d'emplacements, favorisant plutôt le marketing et la planification opérationnelle fondés sur les segments et rendus possibles par PSYTE, ce qui constitue une solution plus précise et rentable.

Distribution des segments PSYTE – Montréal



Les difficultés liées au marketing ciblé et la solution de PSYTE Canada Advantage...

Problème :	L'étude précise du potentiel du marché peut entraîner la fortune ou la ruine d'une entreprise.
Solution :	<p>PSYTE Canada Advantage permet aux entreprises de trouver des mesures à mettre en pratique afin de réagir aux problèmes suivants concernant le marketing et le potentiel du marché :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les marchés où mes produits se vendent le mieux et où puis-je trouver des marchés semblables? • Comment la gamme de produits devrait-elle être répartie dans mon réseau? • Comment peut-on augmenter les clients éventuels et faire en sorte que l'intérêt à l'égard de nos produits atteigne son maximum dans tous les marchés? • Avec quelles entreprises médiatiques faut-il faire affaire et dans quels marchés faut-il diffuser notre publicité?
Résultats :	La prévision exacte des tendances du marché, de la gamme de produits offerte par les magasins, de l'expansion du réseau, de l'emplacement des installations et du territoire de publicité est essentielle à la prospérité de l'entreprise.



Les difficultés liées au choix de l'emplacement et la solution de PSYTE Canada Advantage...

Problème :	Le choix de l'emplacement optimal où installer son entreprise est une décision importante qu'il ne faut pas prendre à la légère ou en se basant sur un quelconque ancien ensemble de solutions.
Solution :	<p>PSYTE Canada Advantage répond à plusieurs questions clés concernant le choix d'un emplacement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Où se trouve notre <i>deuxième marché</i> en importance? • Comment la <i>gamme de produits</i> offerte devrait-elle varier d'un magasin à l'autre? • Comment pouvons-nous <i>connaître et comprendre nos meilleurs marchés</i>? • Pourquoi le niveau des ventes des magasins x et y ne correspond pas aux attentes? • Quels emplacements devrions-nous songer à réunir?
Résultats :	De l'analyse des tendances d'achalandage à celle de la concurrence et de la recherche d'immobilier disponible à celle du marché cible, le processus de sélection d'un emplacement sera facilité par l'utilisation de la segmentation géodémographique de PSYTE Canada Advantage.

Les caractéristiques et avantages clés de PSYTE Canada Advantage...

Les caractéristiques

- Soixante-cinq nouveaux segments et quinze nouveaux groupes principaux
- Différenciation améliorée des quartiers d'élite et des quartiers de classe supérieure
- Conformité aux règles fondamentales établies d'élaboration des données géodémographiques
- Données de qualité, notamment des données du recensement de 2001, des données sur l'immatriculation des automobiles fournies par Polk et des données sur le comportement réel des consommateurs
- Accès à des milliers de profils psychographiques et de profils relatifs au style de vie, aux médias, aux produits et au comportement des consommateurs ainsi qu'à de nouvelles données sur les dépenses liées aux segments
- Liens aux systèmes canadiens ciblés de publipostage et de Médiaposte sans adresse

Les avantages

- Représentations complètement nouvelles des quartiers et des consommateurs canadiens fondées sur de nouvelles données
- Meilleure différenciation des groupes à revenu élevé ciblés
- Exactitude
- Données géodémographiques de la plus grande qualité
- Pouvoir de prévision du marché et des tendances de consommation, fondé sur une bonne base géodémographique
- Possibilité de réduire la portée du marketing de masse et d'atteindre la cible visée



La vue d'ensemble

PSYTE Canada Advantage est un élément clé de l'ensemble de solutions analytiques de prévision de MapInfo. Les segments sont intégrés au logiciel MapInfo et aux services offerts, y compris les solutions et les modèles fondés sur les services TargetPro Canada, MarketMath, Anysite Canada et MapInfo-Thompson.

Nouvelles données segmentaires PSYTE^{MD} pour GéoPoste Plus^{MC}

septembre 2005

Les nouvelles données relatives aux segments du système PSYTE Canada Advantage de MapInfo (Compusearch) sont maintenant disponibles au profit des clients qui ciblent leurs campagnes de Médiaposte sans adresse^{MC} à l'aide de GéoPoste Plus.

Les segments PSYTE sont des filtres sociodémographiques créés au moyen de l'établissement de profils de quartiers en fonction des données de Statistique Canada de 2001 et d'indicateurs clés axés sur le comportement des consommateurs et le mode de vie. Ils tirent parti du concept selon lequel « qui se ressemble s'assemble » et permettent aux clients de mieux cibler leurs campagnes de la Médiaposte sans adresse en misant sur des clients similaires dans d'autres régions géographiques.

Téléphonez le Réseau du Service aux entreprises au 1-800-260-7678 pour obtenir plus d'information sur GéoPoste Plus.

Pour obtenir une liste complète des données segmentaires PSYTE allez à Intr@poste, sélectionnez Centre des procédés => Vendre => Outils => Information sur les produits => G.