

LA FIDÉLITÉ À UNE MARQUE

FIDÉLISATION RECHERCHÉE ET ATTITUDINALE

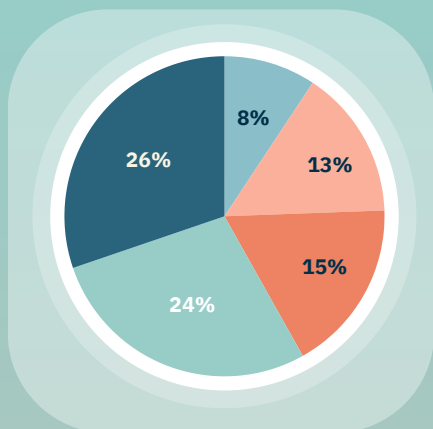


COMPORTEMENT PASSIF DU CLIENT



FACTEURS INFLUANT SUR LA FIDÉLITÉ À LA MARQUE

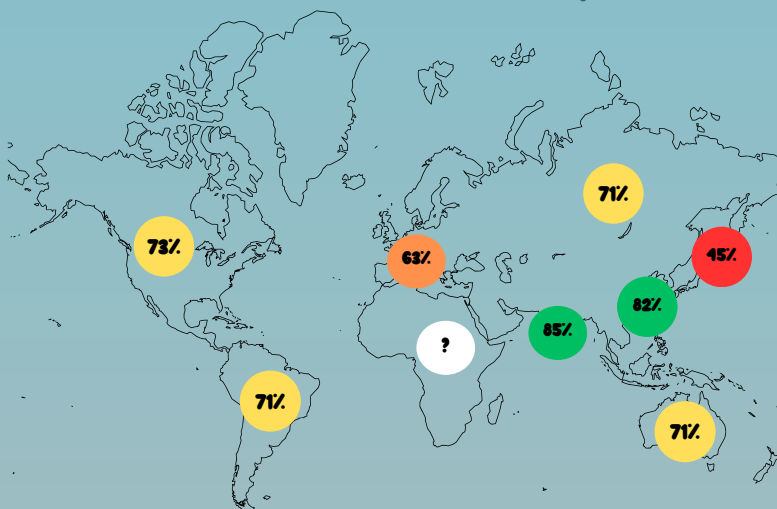
- Qualité des services
- Prix et tarifs
- Missions et valeurs de la marque
- Disponibilité de la marque
- Nom de la marque



Répartition des facteurs influençant la fidélité à la marque

Source : Sens du client, 24 avril 2021

STATISTIQUES ET TENDANCES DÉMOGRAPHIQUES



Pourcentage de la fidélité de la population à travers le monde

Source : XM Institute, 2021

FACTEURS INTERPERSONNELS



AMIS/FAMILLES

INFLUENCENT JUSQU'À 50% DES DÉCISIONS D'ACHAT



FACTEURS PERSONNELS

LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES



LES MOTIVATIONS PERSONNELLES



95% DES DÉCISIONS D'ACHAT PRISES DE MANIÈRE SUBCONSCIENTE



Source : EDC Paris, 3 juillet 2023

L'IMPORTANCE DES PROGRAMMES AUTOUR DE LA FIDÉLITÉ

« POURQUOI ÊTES-VOUS FIDÈLE À UNE MARQUE EN PARTICULIER ? »		
36.9%	16-24 ANS	
42.3%	25-34 ANS	
33.8%	35-44 ANS	
34.3%	45-54 ANS	
45.9%	+ DE 55 ANS	



RÉPONSE MAJORITAIRE : LE PROGRAMME DE FIDÉLITÉ

Source : COMK, 1 février 2023

UNE ÉTUDE RÉALISÉ AU ROYAUME-UNI (2015) :



96%

9/10 ET 10/10



65%

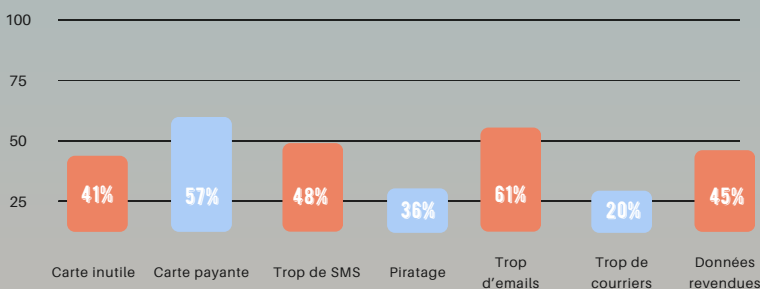
8/10 ET 9/10



EXISTENCE D'UN LIEN ENTRE SATISFACTION ET FIDÉLITÉ

Source : creativevirtual, 2015

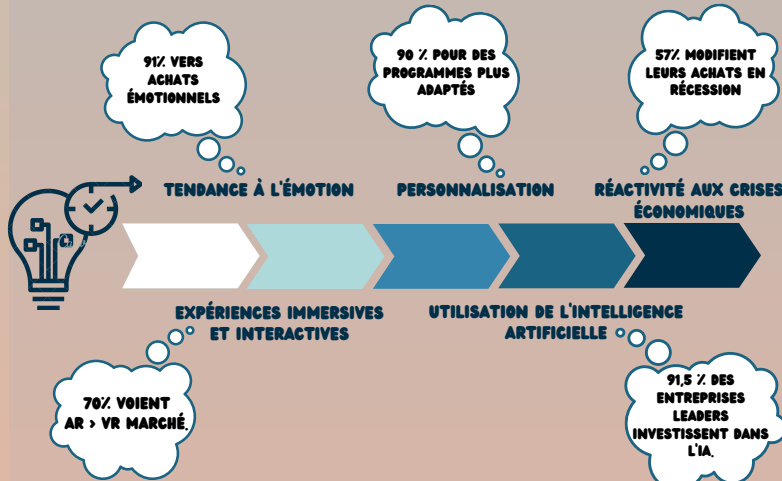
CRAINTES CLIENTS LORS DE L'INSCRIPTION



Craintes principales des clients lors de l'inscription à des programmes de fidélité

Source : l'Observatoire de la fidélité, 2020

LES CHANGEMENTS ET TENDANCES FUTURES DE LA FIDÉLISATION DES CONSOMMATEURS



Source : ComptiA, 2023/ Threokit, 2023/ antavo, 2023

PERSONAE "ISABELLA"

DÉMOGRAPHIE : 45 ANS, DIRECTRICE MARKETING, VIT EN ZONE URBAINE.

HABITUDES D'ACHAT : ELLE PRIVILÉGIE LA QUALITÉ ET LA DURABILITÉ DANS SES ACHATS. C'EST UNE CLIENTE RÉGULIÈRE DE PLUSIEURS MARQUES POUR LEUR FIABILITÉ ET LEUR ÉTHIQUE.

ENGAGEMENT AVEC LES MARQUES: ELLE PARTICIPE FRÉQUEMMENT AUX PROGRAMMES DE FIDÉLITÉ, APPRÉCIE LES OFFRES PERSONNALISÉES ET LES INTERACTIONS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.

INFLUENCEURS DE DÉCISION : ELLE SUIT LES CONSEILS DE SES AMIS ET DES INFLUENCEURS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, EN SE BASANT SUR DES AVIS AUTHENTIQUES ET DES EXPÉRIENCES PARTAGÉES.

