

# **Suivi Longitudinal, Temps Réel :** **Les études se révolutionnent pour suivre** **en continu l'expérience consommateur**

## **Printemps des études 2017**

---

Patrick Van Bloeme, Co-Président

Benoît Rolland, Directeur des Dispositifs Continus

Live tweet : #PrintempsEtudes    @harrisint\_fr    @pvanbloeme

# Pourquoi ce sujet?



## Un décalage de rythme de plus en plus fort.

Entre le temps :

- . Des consommateurs
- . Du marketing
- . Des études



## Une multiplicité de sources de données décisionnelles (le Big Data, les données issues du CRM...)

- . Beaucoup de data pour mesurer / identifier
- . Pas assez pour réellement comprendre

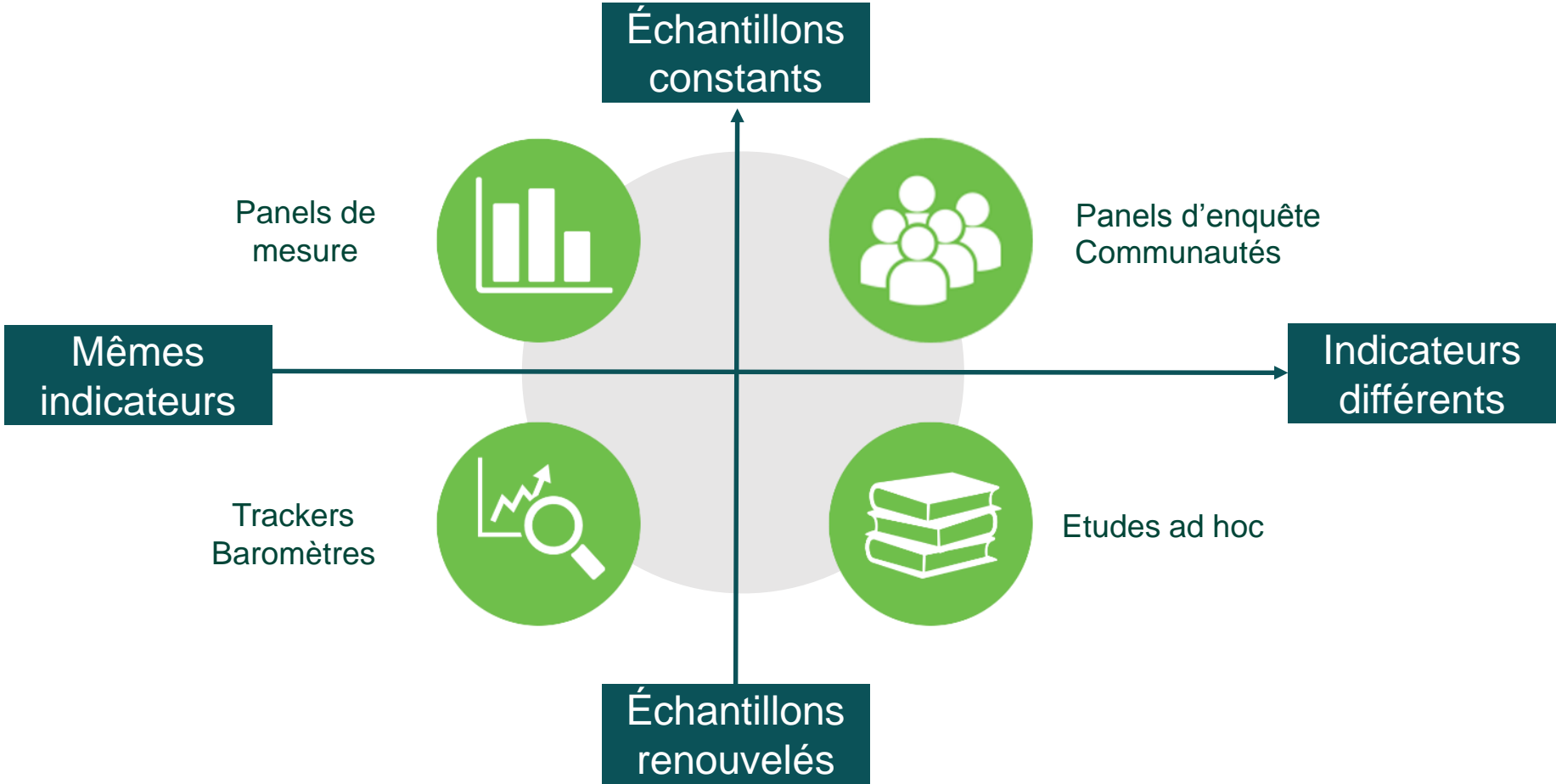


## Une nécessité de pouvoir prendre les bonnes décisions au bon moment.

- . Les études doivent se renouveler pour permettre de nourrir ces prises de décisions
- ... avec un temps d'avance

**Les suivis longitudinaux / temps réel répondent à cette nécessité.**

# Quels dispositifs de suivi longitudinal ?



Au-delà du scope

Il existe d'autres solutions permettant de disposer de retours en temps réel mais pas en continu :



# Des risques à encadrer

1

Trop d'informations !

Un traitement du flux d'informations  
qui peut s'avérer compliqué

2

Se tromper d'indicateurs

Et se couper de la réalité client

3

Ne pas se servir assez du dispositif

Le risque de la sous-exploitation

4

Risque d'attrition, difficultés de recrutement

Sur-sollicitation des consommateurs

# Quelle place dans les organisations?

1

Pour incarner le consommateur

Et placer les études au centre des décisions.

2

Pour fédérer l'entreprise

Et impliquer les collaborateurs autour d'un projet.

3

Pour aller au-delà des études

S'en inspirer pour en couvrir  
d'autres problématiques.



Pour plus d'information

---

**Harris Interactive**

[info@harrisinteractive.fr](mailto:info@harrisinteractive.fr) - 01 44 87 60 30

---

39, rue Crozatier – 75012 PARIS – [www.harris-interactive.fr](http://www.harris-interactive.fr)



ahead of what's next