

Exploiter l'affichage et le marketing mobile pour interagir avec les consommateurs

La multiplication des téléphones intelligents et les progrès de l'Internet mobile permettent désormais aux consommateurs d'effectuer des recherches, d'acheter des biens, de se connecter et de partager de l'information de partout. Ainsi, les annonceurs peuvent intercepter des consommateurs actifs sur le point d'effectuer un achat et interagir avec eux grâce aux médias d'affichage, qui transforment restaurants, bars, centres de conditionnement physique, abribus et stations de métro ou de train de banlieue en autant de points de vente. Quelques faits :

- Plus de 5 millions de Canadiens utilisent leur téléphone portable pour accéder à Internet¹;
- À l'échelle mondiale, on prévoit que d'ici 2013, le téléphone mobile remplacera l'ordinateur comme appareil d'accès Internet principal²;
- Par rapport à l'ensemble de la population, les utilisateurs de téléphones intelligents sont 50 % plus enclins à se dire fortement d'accord sur le fait que l'affichage influence leur opinion d'une marque⁴.

L'affichage numérique livre du contenu en temps réel

Les utilisateurs de téléphones intelligents sont deux fois plus enclins que le reste de la population à utiliser leur appareil pour interagir avec des panneaux d'affichage numériques⁴. L'alimentation web en direct peut permettre de mesurer en temps réel l'opinion de l'auditoire et impliquer les consommateurs dans le développement des messages de marque.



Mini Canada a projeté cette immense affiche interactive ressemblant à une machine distributrice géante. Elle invitait les consommateurs à envoyer un texto pour indiquer leur modèle préféré.

Les Canadiens sont mordus de textos

Près de 70 % des propriétaires de téléphones mobiles échangent des textos. On en a émis plus de 56 milliards en 2010¹. Que ce soit pour affaires ou pour se divertir, les gens se montrent réceptifs à cette tactique marketing facile à mesurer.

Lors du lancement de son hamburger au bœuf Angus, McDonald a demandé aux consommateurs de soumettre par texto ou sur son site des slogans de deux mots décrivant leur expérience du produit. Un certain nombre de ces slogans ont été choisis et présentés sur des panneaux numériques, exploitant ainsi un contenu généré par les consommateurs pour stimuler les ventes.

Profiter de la popularité des réseaux sociaux

Facebook compte près de 21 millions d'utilisateurs uniques et Twitter, près de 4 millions, soit respectivement 64 % et 12 % de la population canadienne³. L'affichage peut mettre cette popularité à profit afin d'établir une connexion personnelle avec le consommateur, de stimuler la participation à des concours et de générer des retombées média spontanées au profit de votre marque.



Le code QR de cette affiche de Desjardins redirigeait ses lecteurs vers leur site Internet mobile.



Les vins Lucky Penny ont encouragé les abonnés de Facebook à utiliser leurs panneaux d'affichage numériques pour transmettre un message à leurs amis. L'utilisation de flux RSS, permettait d'afficher ou de modifier ces messages presque instantanément.

Codes barres 2D

Près d'un utilisateur de téléphone mobile sur deux connaît l'existence des pictogrammes bidimensionnels¹. Cette technologie QR (Quick Response) permet de présenter un contenu sur demande et d'établir un lien immédiat par lequel on transmet au consommateur actif un message au moment où sa pertinence est optimale. Les programmes anti-tabagisme, les studios de contrôle du poids, les organismes charitables, les concours peuvent tous utiliser cette technologie à leur avantage.

Les promotions et les bons rabais exercent un attrait puissant sur les consommateurs bien au-delà des environs immédiats d'un commerce donné. On estime en effet qu'en moyenne, 30 % des acheteurs sont prêts à parcourir plus de 9 km pour profiter d'offres reçues sur leur téléphone mobile. Celles des entreprises de divertissement, des détaillants et des restaurants les motivent à effectuer les trajets les plus longs⁵.

Sources : 1. ACTS 2011; 2. Rapport Merrill Lynch 2011; 3. Comscore Canada 2011; 4. Aegis Media 2010; 5. JiWire 2010

Pour obtenir plus d'information sur l'affichage et le marketing mobile, veuillez vous adresser à l'AMCA, au 514-281-2552, ou visiter le www.omaccanada.ca.

www.omaccanada.ca

