

MULTITASKING,

NOUVEAUX COMPORTEMENTS
NOUVEAUX CHALLENGES POUR LES
COMMUNICANTS

JEAN-LUC CHETRIT

PRESIDENT CARAT FRANCE

UBIQUITÉ DES CONTENUS

CONNECTIVITÉ



LIQUIDITÉ DES CONTENUS



TOUS MULTITASKERS !

ÉTUDE EXCLUSIVE DENTSU AEGIS NETWORK

OBJECTIFS

Décrypter les usages des Français
Transformer les communications des marques

INTERROGATION

- **1001Opinions**, panel propriétaire de Dentsu Aegis Media (30 000 individus qualifiés)
- Étude réalisée du **18 au 28 décembre 2014**
- **Echantillon de 914 individus** représentatifs de la population française 15-65 ans
- **Possession au sein du foyer d'au moins un des équipements suivants:** télévision, ordinateur (fixe ou portable), téléphone type Smartphone et/ou tablette tactile

LE MULTITASKING, INCONTOURNABLE

77%
des Français
multitaskent
chaque jour



1h36min*

40min

54min

Démultiplication des contacts media & multimedia

45 contacts quotidiens en 2015

+12 contacts vs 2005

48%



63%



*les Français regardant la TV et utilisant simultanément leur ordinateur ont passé 1h36min à cette double activité en moyenne par jour

TÉLÉVISION & DESKTOP, DRIVERS D'ENGAGEMENT









63%

Des Français ont déjà été exposés à une publicité interactive

65%

d'entre eux ont déjà interagi



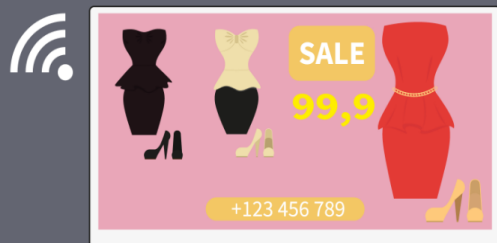
		MEDIA LE PLUS EFFICACE	
	Drive to Website	27%*	
	Drive to Social	21%	
	Drive to Online Experience	17%	
	Drive to Download	18%	

*27% des personnes se souvenant avoir vu une publicité à la Télévision les invitant sur un site de marque ont visité ce dernier

LE MULTITASKING SUCCESSIF, PURCHASE FUNNEL COMPLEXIFIÉ

45%

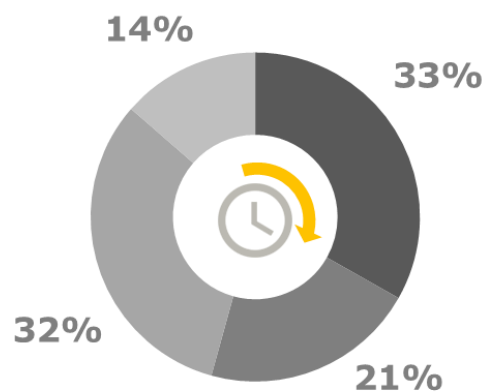
des Français ont déjà effectué une activité en multitasking successif *



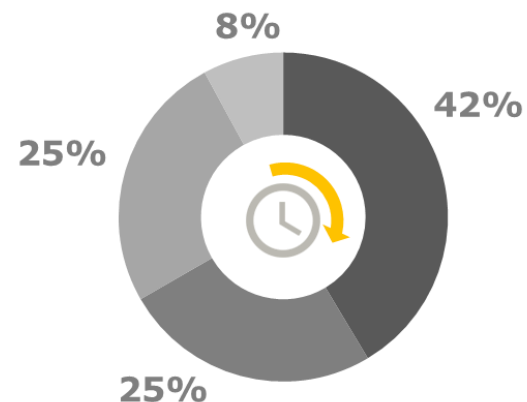
14% ont cherché des infos en vue d'un achat



12% ont réalisé un achat en ligne



- Tout de suite après
- 1 à 2 heures après
- Dans la journée
- Plus tard

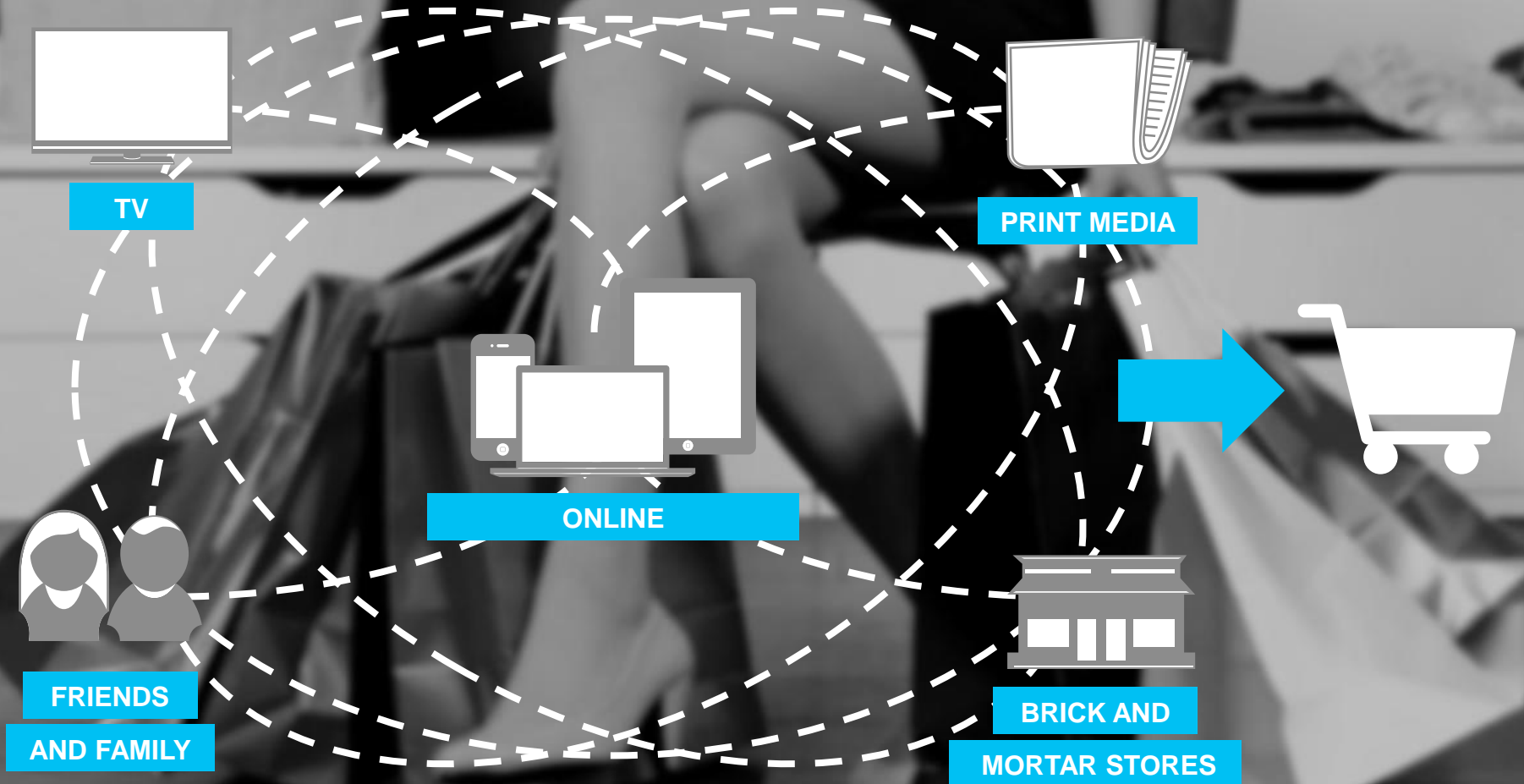


- Tout de suite après
- 1 à 2 heures après
- Dans la journée
- Plus tard

* A commencé une activité sur un premier support puis l'a continuée ou finie sur un autre support

CHALLENGE : MULTIPLICATION DES POINTS DE CONTACT

DE NOUVEAUX PARCOURS D'ACHAT DÉLINÉARISÉ



DES TRANSFORMATIONS NÉCESSAIRES

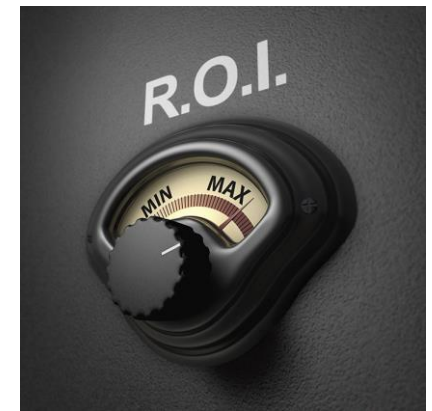
FROM

DU
PLURIMEDIA

DU PLAN
MEDIA

DU PAID

DU GRP



AU
TRANSMEDIA

À
L'ÉCOSYSTÈME
DE MARQUE

AU POE

AU ROI

TO

INNOVATION & EFFICACITÉ, COMMUNIQUER AUTREMENT

Synchronisation

X10 CTR

En activant la synchronisation des formats web (mobile et tablette) aux formats TV, Granola a pu bénéficier de performances accrues



Carat

