



02-12-2008

InSites Consulting lance ON TRACK_ : L'étude de référence en matière de marketing dédié aux enfants, aux adolescents et aux jeunes adultes

10 ans après le lancement de Youth Online, InSites Consulting lance ON TRACK_. Le but est le même : fournir des informations aux spécialistes du marketing ciblant les enfants, les adolescents et les jeunes adultes. A la différence de Youth Online, ON TRACK_ se penchera plus en détail sur un certain nombre de thèmes pertinents et, tous les 3 mois, paraîtra un nouveau rapport très pratique. Le premier d'entre eux, ON SCREEN_, sortira fin février 2009. Pour obtenir plus d'informations et pour commander en ligne, il vous suffit d'aller sur www.insites.eu/ontrack.

Youth Online devient ON TRACK_

En 1998, InSites Consulting organisait pour la première fois l'étude Belgian Youth Online sur les enfants, les adolescents et les jeunes adultes. Cette enquête biennale apportait à chaque fois de nouveaux éléments quant à l'évolution et l'utilisation des nouveaux médias au sein de ces groupes cibles.

Au bout de 5 éditions, il apparut clairement que les médias étudiés, Internet et les applications mobiles, n'étaient plus considérés comme « nouveaux » par les jeunes et que les spécialistes du marketing dans cette tranche d'âge s'intéressaient également à d'autres sujets. Par ailleurs, il s'avéra aussi que la fréquence de parution de Youth Online était insuffisante pour pouvoir épinglez rapidement les nouvelles tendances.

Aujourd'hui, 10 ans après, InSites Consulting présente ON TRACK_. En plus des thèmes habituels de Youth Online, d'autres ont été ajoutés. La fréquence a été augmentée. Chaque trimestre donne lieu à de nouvelles données d'enquête concernant un thème. Le format de reporting a lui aussi été adapté. Les rapports volumineux ont fait place à un rapport de 20 pages reprenant les éléments principaux, assorti d'un outil de reporting en ligne permettant de consulter toutes les données par soi-même et d'effectuer des analyses sur mesure.

Les 3 thèmes

Les rapports ON TRACK_ traitent de 3 thèmes. Chaque trimestre aborde à chaque fois un thème différent.

- ON SCREEN_ paraîtra fin février 2009

Quels « écrans » entourent les jeunes, comment sont-ils utilisés et que projettent-ils : PC, web 1.0 & 2.0, GSM, (ID)TV, cinéma, DVD, iPod, mp3, console de jeu, applications mobiles, ... A côté de ces médias, leur comportement par rapport aux médias plus « classiques » tels que les journaux et la radio continueront également à être étudiés.

-ON THE HOUSE_ paraîtra fin juillet 2009

Qui influence qui au niveau des achats du ménage ou des achats réalisés pour et par les enfants et les jeunes ? Où les jeunes vont-ils chercher leur argent, l'importance du pouvoir de prescription, leur propre comportement d'achat, comment les parents abordent-ils les achats pour leurs enfants ? En outre, une attention supplémentaire sera accordée à leur foyer. A quoi ressemble l'environnement dans lequel ils grandissent ?

-ON THE PLAYGROUND_ paraîtra fin octobre 2009

A quoi jouent les enfants et les jeunes : jeux, jouets, jeux vidéo, ... ? Que se passe-t-il à l'école et qu'est-il pertinent de savoir pour les spécialistes du marketing ? A quoi ressemble leur comportement de consommation, dans et en-dehors de l'école/de l'université ? De quoi parle-t-il avec leurs amis une fois dans « l'aire de jeu » ? Quelles sont leurs ambitions au niveau des études et de leur carrière ?

Afin de pouvoir rapidement épinglez les dernières tendances et les nouveautés, les rêves et les cauchemars des jeunes seront également étudiés chaque trimestre, à côté de ces 3 thèmes, pour voir comment ils peuvent influencer leur comportement de consommation. Les sujets de discussion habituels des jeunes seront aussi évoqués : quels sont leurs groupes, idoles, marques, magasins, ... préférés ?

Communiqué de presse - 02-12-2008

Brainstormings, forums et 'online communities' comme source complémentaire

Le projet ON TRACK_ est supervisé par Joeri Van den Bergh, managing partner d'InSites Consulting et Director ON SNEAKERS, le département kids and youth research. Chaque rapport est basé sur un échantillon national représentatif de 800 personnes. Les groupes cibles sont les enfants (6-11 ans), les adolescents (12-17 ans) et les jeunes adultes (18-24 ans). A côté du questionnaire en ligne, des études complémentaires ont également été menées de manière qualitative : 'user generated brainstorms', 'exit forums' avec possibilité de télécharger des contenus multimédias et un 'online community' pour les jeunes.

Outre le questionnaire et les sujets existants, il est également possible en tant qu'entreprise d'ajouter, à chaque rapport, des questions ad hoc concernant des thèmes présentant un intérêt particulier.

Paquets ON TRACK_ sur mesure

Le prix pour un rapport (1 thème, 1 groupe cible) est de 1.500 euros. En fonction du groupe cible que vous visez ou des sujets qui vous intéressent, vous pouvez constituer un ensemble de rapports différents.

Plus d'infos sur la structure des paquets et commande en ligne sur www.insites.eu/ontrack. Des études Youth Online ont déjà été réalisées pour Base, Coca-Cola, eBay, InBev, KBC, VRT, Toyota...

.....



Contact:

Joeri Van den Bergh
Youth & Trends Expert, Managing Partner
InSites Consulting
Joeri.vandenbergh@insites.eu
T +32 9 269 16 06 | M +32 496 232 919

InSites Consulting est leader du marché dans le domaine des études de marché en ligne et occupe une forte position internationale. Elle a été fondée comme une spin-off de la Vlerick Leuven Gent Management School. Grâce à un panel en ligne de plus de 2.000.000 de membres dans 25 pays européens, l'agence organise des études de marché en ligne, aussi bien quantitatives que qualitatives. Le siège central de Gand compte 80 collaborateurs hautement qualifiés et expérimentés. InSites Consulting est synonyme d'expertise et de consulting, à travers l'innovation, un service clientèle excellent et une orientation qualité. Plus d'informations sur www.insites.eu.