

MICRO-MOMENTS : SOYEZ LÀ QUAND VOS CLIENTS EN ONT VRAIMENT BESOIN

Les micro-moments sont des instants précis lors desquels les consommateurs veulent savoir, aller, faire ou acheter. Ils s'attendent à ce que les marques soient présentes, pertinentes, rapides, et à ce qu'elles leur facilitent la tâche. **Pour les marques, ces exigences représentent un véritable défi.**

**11%**

des marketeurs sont prêts à tirer profit des micro-moments

Source : CMO Council, 2018

58%

des publicitaires ne parviennent pas à agir en temps réel en fonction des données client

Source : Kantar Media, 2019

Les appareils mobiles sont la clé du succès pour les marques qui veulent profiter des micro-moments :

2,617

fois par jour, c'est la fréquence à laquelle les utilisateurs consultent leur téléphone

Source : Wired, 2019

75%

des consommateurs s'attendent à trouver immédiatement des informations lorsqu'ils lancent une recherche

Source : Google/Ipsos, 2019

**82%**

des consommateurs exigent des marques qu'elles donnent une réponse immédiate à leurs questions

Source : Small Business Trends, 2018

Les marques doivent aussi s'adapter à d'autres tendances
pouvant avoir un impact sur chaque moment

82%

des consommateurs qui utilisent **des assistants personnels basés sur l'IA** misent sur eux pour se procurer des informations

Source : Capgemini, 2018

51%

n'accordent aucune importance à la **fidélité envers les marques** et choisissent celle qui leur apportera l'information requise au bon moment

Source : Forbes, 2019



Les micro-moments se transforment directement en achats, contribuent à fidéliser les clients et améliorent à long terme l'image qu'ils ont de la marque. Par conséquent, les marques qui identifient les clients instantanément et sur tous les canaux, et qui sont en mesure de les aider en permanence, par tous les moyens, sont aussi celles qui gagneront la bataille des micro-moments. **Plus d'informations sur www.selligent.com**

