



GfK Roper Consumer Styles
 Mettez sur la bonne carte lors du choix de votre groupe cible.

Grâce aux GfK Roper Consumer Styles, vous définissez vos groupes cibles de manière encore plus précise. Vous découvrez leurs centres d'intérêt, ce qui les fait réagir et comment ils se comportent. Autant d'atouts pour votre marketing et vos ventes.

Grâce aux GfK Roper Consumer Styles, vous définissez vos groupes cibles de manière encore plus précise. Vous découvrez leurs centres d'intérêt, ce qui les fait réagir et comment ils se comportent. Autant d'atouts pour votre marketing et vos ventes.

Avec les GfK Roper Consumer Styles, vous identifierez les personnes ayant une affinité marquée pour vos produits et services. Vous découvrirez quels canaux et supports (forme et contenu) conviennent le mieux pour contacter votre groupe cible. Vous aurez ainsi toutes les cartes en main pour augmenter votre chiffre d'affaires tout en réduisant la charge de travail et les coûts.

Les huit styles de vie GfK Roper Consumer Styles

Rêveurs	En quête du grand bonheur
Domestiques	Besoin de sécurité matérielle et de statut
Enracinés	En quête de paix et d'harmonie
Exigeants	Entre responsabilité, devoir et plaisirs de la vie
Critiques	En quête de durabilité et d'épanouissement personnel
Ouverts au monde	Entre épanouissement personnel, responsabilité sociale et plaisir
Aventuriers	Vivre ses passions
Réalistes	Travailler dur et être responsable

