

OTO Research lance What likers like

JEUDI, 27 MAI 2010 14:33



Mesure de l'efficacité des pages de marque sur Facebook

Paris, le 25 mai 2010 - OTO Research - l'institut d'études du Groupe FullSIX, expert des nouveaux media - lance « What likers like », une solution d'enquête innovante, qui décrypte les nouveaux enjeux des programmes relationnels sociaux.

Qui sont les « likers » des marques ? Quels contenus partagent-ils x? Quel est l'impact de ces programmes relationnels sociaux sur les performances des marques ? C'est à ces questions que répond « What likers like » en permettant aux annonceurs de sonder leurs adeptes directement depuis leur Wall.

En réponse au besoin croissant des marques de connaître mieux leurs « likers » et de les fidéliser, « What likers like » permet aux annonceurs de comprendre l'efficacité de leur stratégie relationnelle sociale non seulement en termes de « qualité de la page Facebook », mais aussi en termes de « pertinence des contenus produits ».

Avantage pour les marques : disposer enfin d'indicateurs pour évaluer rapidement l'impact de la stratégie sociale sur l'opinion de marque, le comportement d'achat et le niveau d'ambassadorship.

« Les pages fan Facebook étaient déjà un nouvel outil de marketing relationnel à la disposition des marques. Les fonctionnalités annoncées récemment par Facebook étendent ces nouvelles fonctionnalités à l'ensemble des sites web, faisant du « marketing relationnel social » une évolution majeure du marketing relationnel des marques », explique Frédéric Colas, Chief Strategic Officer du Groupe FullSIX.

« Dans ce contexte, il devient indispensable de mieux cerner les nouveaux comportements des internautes pour repenser et réussir sa stratégie. « What likers like » offre une solution simple et rapide pour décrypter les publics et être à l'écoute de leurs attentes sur le Web social », confirme Anne-France Allali, Directrice Générale d'OTO Research.

A Propos d'OTO Research

OTO Research est un institut d'études appartenant au réseau FullSIX. Spécialisé dans la Veille d'opinion et les comportements consommateurs, en particulier sur les nouveaux media, OTO Research développe et exploite des outils de suivi de l'image de marque. Il possède ses propres panels consommateurs on line à partir desquels sont bâtis des indicateurs de mesure de performance et de ROI.

OTO a publié l'étude Face to Facebook #1 en février dernier, centrée sur les motivations des internautes à devenir fan de marque sur facebook.

Pour plus d'informations : www.otoresearch.fr

--

Contact Presse:

Point Virgule

Karine Blanc

01 73 79 50 65 / 06 26 93 71 80

Profil du diffuseur : <http://www.categorynet.com/reseaucategorynet/profile?userid=35384>

--

Communiqué envoyé le 27.05.2010 14:33:22 via le site Categorynet.com dans la rubrique Affaires / Entreprises

Diffuser votre communiqué de presse : <http://www.diffuseruncommuniquedeprise.com/>

Relation Presse Maghreb

Couverture Médiatique EuroMed France & Maghreb: Contactez nous
www.shade-rp.com

Annonces **Google**

Posted: 2010-05-27 14:33:33

[Lire article source](#)

[< Préc](#)

[Suivant >](#)