



Mosaic™ + Research Now = Possibilités de recherche infinies

Research Now offre désormais Mosaic, l'outil de segmentation de consommateurs d'Experian, sur 26 panels propriétaires d'études en ligne

Qu'est-ce que Mosaic ?

Au cours des 25 dernières années, Experian s'est imposé comme le leader international en termes de segmentation de consommateurs. **Mosaic™**, l'outil de segmentation de consommateurs d'Experian leader sur le marché, vous offre une compréhension complète et détaillée en termes de démographie, mode de vie et surtout de comportements des consommateurs. Disponible dans **29 pays clés**, Mosaic classe **un milliard de consommateurs** de par le monde, en Europe, sur le continent américain et dans la zone Asie-Pacifique.

Pour en savoir davantage sur Mosaic, veuillez consulter :
www.experian.fr/solutions/listing_solutions.htm#mosaic

Pourquoi utiliser les panels de Research Now codés avec Mosaic ?

L'association de la segmentation de consommateurs Mosaic aux **2 millions de panélistes de Research Now** constitue une réponse unique pour mieux cibler et segmenter les échantillons de vos études. Les informations exhaustives que Research Now vous fournit sur ses panels vous permet de disposer d'**informations précises et détaillées** sur les consommateurs du monde entier. L'expertise de Research Now dans le domaine de la gestion et de la livraison d'études de marché en ligne combinée à la connaissance d'Experian des consommateurs et des marchés locaux vous permet d'**optimiser votre stratégie marketing** et d'affiner vos décisions.

En quoi nos capacités de segmentation peuvent-elles améliorer vos études ?

Research Now utilise la segmentation Mosaic tout au long de vos enquêtes, de la sélection de l'échantillon à la livraison des résultats, en passant par le profiling et l'analyse des résultats. Cette collaboration assure un processus unifié et des résultats plus approfondis. Mosaic vous permet également de réaliser des **analyses multinationales** dans la mesure où cette segmentation est disponible pour 26 de nos panels internationaux.

Sélection de l'échantillon

Mosaic par groupe et type - panel précodé pour un échantillon de 100 %

Gestion des quotas

Suivi et gestion des quotas pendant la phase d'enquête en ligne

Segmentation Mosaic spécifique à chaque client

Nous utilisons toute notre expertise pour appliquer à votre enquête des algorithmes de regroupement des segments Mosaic

Segmentation Mosaic appliquée aux résultats sous forme de données ou de tableaux

Intégrée aisément avec les résultats sans processus ni délais supplémentaires

Présence internationale de Mosaic

La famille de classification Mosaic couvre 29 pays et est disponible pour 26 des panels Research Now en Europe, sur le continent américain et dans la zone Asie-Pacifique.



Comment est conçu Mosaic ?

Mosaic a été développé en utilisant une approche en quatre étapes :

- Une analyse détaillée des dernières tendances sociétales
- Un travail de collecte, d'acquisition et de développement des sources de données les plus appropriées
- Une approche méthodologique de segmentation des consommateurs éprouvée, s'appuyant sur 25 années d'expérience
- Une confrontation de la segmentation au « terrain » pour mieux valider et interpréter les segments

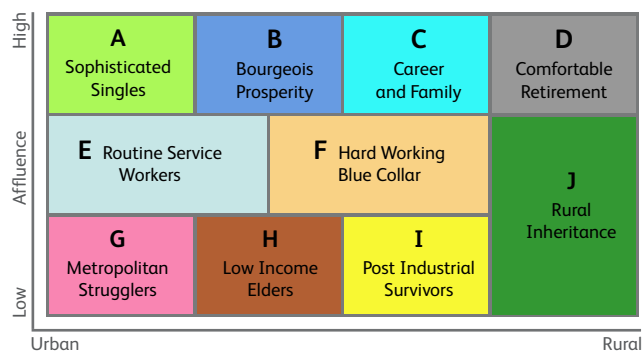
“L'inclusion de Mosaic à notre offre de services est la conséquence directe de notre programme de développement continu et fait montre d'une réelle innovation”

Chris Havemann, PDG de Research Now

“Ce partenariat avec Research Now nous permettra d'offrir au secteur des études de marché des possibilités d'études infinies”

Nigel Wilson, Directeur Général de la Stratégie Commerciale d'Experian

Global Mosaic



Global Mosaic permet aux entreprises de développer leurs stratégies marketing à l'international autour d'une seule grille d'analyse qui leur apporte une cohérence supra-nationale. Le service comprend 10 catégories dans lesquelles sont rattachés tous les portraits locaux de la vingtaine de pays concernés par Mosaic. La passerelle entre Global Mosaic et Mosaic est un outil clé pour la mise en cohésion du marketing global et local.