

5 nouveaux profils de consommateurs à cibler dès maintenant



Accueil LSA > Consommateurs > Etudes de consommation

5 nouveaux profils de consommateurs à cibler dès maintenant

STÉPHANIE MUNDUBELTZ-GENDRON
PUBLIÉ LE 15/01/2016

MARKETING & CONSO, CONSOMMATEURS, ETUDES DE CONSOMMATION

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN

GOOGLE +

EMAIL

DOSSIER Comparer le comportement des distributeurs et des marques à celui des grenouilles, il fallait oser ! Philippe Jourdan, Valérie Jourdan et Jean-Claude Pacitto l'ont fait. Leur objectif : faire réagir les professionnels de la grande conso ! Dans leur ouvrage *Le Marketing de la grenouille/Nouvelles stratégies de marques pour nouveaux consommateurs*, ces experts en marketing expliquent pourquoi il est temps de changer rapidement la manière de cibler les consommateurs. Voici comment au travers de 5 profils.



Sécessionniste, négociateur, minimaliste, touche-à-tout ou vigile ? Comment repérer ces nouveaux consommateurs pour mieux les cibler.

SOMMAIRE DU DOSSIER

- [Le récessionniste](#)
- [Le négociateur](#)
- [Le minimaliste](#)
- [Le touche-à-tout](#)
- [Le vigile](#)

Crises économiques et sociales, émergence du digital... Autant de phénomènes qui ont transformé la manière de consommer. Un changement qui s'accélère depuis quelques années. *"Depuis 2008, on observe des changements de comportement des consommateurs. Mais malgré la multiplication des séminaires, ouvrages, conférences..., les marques comme les distributeurs ont pris du retard par rapport à un certain nombre d'investissements"*, déclare Philippe Jourdan, co-auteur de l'ouvrage *Le Marketing de la grenouille : Nouvelles stratégies de marques pour nouveaux consommateurs*. *"Nous assistons à un changement profond et durable et elles pensent qu'elles ont le temps de réagir. C'est le syndrome de la grenouille* !" Et les professionnels de la consommation*

risquent bien de s'ébouillanter s'ils ne changent pas radicalement la manière dont ils s'adressent à ces nouveaux consommateurs.

5 profils de "Conso-Battant"

Mais alors qui sont ces nouveaux consommateurs, ces "Conso-Battants" ? Finies les catégorisations démographiques ou socio-professionnelles ! Philippe Jourdan et ses co-auteurs distinguent cinq profils : **le récessionniste, le négociateur, le touche-à-tout, le vigile et le minimaliste**. Au fil des pages de son ouvrage, les experts décryptent, analysent ces nouveaux comportements. Ils livrent les bons exemples de stratégies de marques et divulgue ses conseils pour mieux convaincre chaque type de consommateurs.

**La théorie de la grenouille repose sur ce constat : "Si l'on plonge subitement une grenouille dans l'eau chaude, elle s'échappe d'un bond ; alors que si on la plonge dans l'eau froide et qu'on porte très progressivement l'eau à ébullition, la grenouille s'engourdit ou s'habitue à la température pour finir ébouillantée."*