

Le buzz marketing et les 18-24ans

Buzz marketing: Marketing du bouche à oreille . C'est une technique qui consiste à créer un bruit médiatique autour d'un produit avant sa sortie. L'objectif est de faire naître une conversation chez les consommateurs ou mieux de faire prescrire un produit par un leader d'opinion.

1. Êtes-vous sensible à l'intrusion des marques dans vos loisirs (sponsoring, création de compétition: exemple le challenge wanadoo en foot, cadeaux offerts pendant un concert ou un match...)?

Oui Non

2. Cela améliore-t-il la vision que vous avez de la marque?

Oui Non Cela dépend de l'évènement et de l'opération

3. Êtes-vous saturé par la publicité et les marques?

Oui Non

4. Avez-vous déjà reçu par mail une vidéo (souvent comique) de la part d'un ami et faisant en réalité la promotion d'une marque?

Oui Non

5. Si 'Oui', quelle était la marque qui se trouvait derrière cette campagne?

6. Si 'Oui', l'avez-vous transmise à votre tour?

Oui Non

7. A combien de personnes?

Une personne Entre une et cinq personnes Plus de Cinq personnes Entre cinq et dix personnes
 Plus de dix Plus de Quinze

8. Avez-vous déjà participé à une chaîne du type "si vous envoyez ce mail à 10 personnes vous recevrez un cadeau" ou "Si vous ne signez pas cette pétition tel ou tel service fermera"?

Oui Non

9. Avez-vous déjà joué à des advergames (jeux en ligne créés par des marques) et défié un ami en lui envoyant le lien du jeu?

Oui Non

10. Lorsque vous découvrez un nouveau produit/service/restaurant/film... en parlez-vous à votre entourage?

Jamais Rarement Occasionnellement Assez souvent Très souvent

11. Prenez-vous l'avis de personnes extérieures avant de réaliser un achat (forum/chat/amis/parents...)?

Oui Non

12. Peut-on dire que le bouche à oreille influence votre décision?

Oui Non

13. Classez dans l'ordre (1 étant ce qui vous influence le plus, 9 ce qui vous influence le moins), les vecteurs d'influence dans votre décision d'achat.

- | | | |
|---------------------|--|----------------------------|
| 1. Amis/Proches | 2. Communauté en ligne/Avis de consommateurs | 3. Blogs |
| 4. Publicités | 5. Presse spécialisée | 6. Média généralistes |
| 7. Sites de marques | 8. E-publicités (pub sur Internet) | 9. Informations télévisées |

Ordonnez 9 réponses.

14. Appréciez-vous les opérations de street marketing (opération de promotion d'une marque en créant un évènement dans la rue)?

Oui Non

15. Si une marque venait à vous inviter pour une avant-première ou pour tester un produit avant les autres, seriez-vous enclin à en parler autour de vous?

Oui Non Oui seulement s'il s'agit d'une marque qui correspond à mes goûts et à mes attentes.

16. Pouvez-vous me citer une opération de buzz marketing et la marque qui l'a orchestré, dont vous avez parlé avec vos amis?

17. Avez-vous entendu parler des campagnes suivantes?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Budweiser: Wazza | <input type="checkbox"/> D.A.R.E (droit au rasage extravagant) | <input type="checkbox"/> Black Mamba |
| <input type="checkbox"/> Kamini | <input type="checkbox"/> Mentos et Coca Cola | <input type="checkbox"/> Ipod'sdirty secret.com |
| <input type="checkbox"/> Le bug d'en face | <input type="checkbox"/> Les perles du bac de BIC | |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

18. Êtes-vous membre de vente-privée.com?

- Oui Non

19. Si 'Oui', avez-vous été parrainé?

- Oui Non

La question n'est pertinente que si Vente Privée = "Oui"

20. Êtes-vous devenu parrain à votre tour?

- Oui Non

21. Si 'Oui', pourquoi?

La question n'est pertinente que si Parrain = "Oui"

22. L'ensemble des opérations présentées dans ce questionnaire (street marketing, advergame, vidéo virale, parrainage, mini-site, communauté en ligne, organisation d'évènements...) influencent-elles votre vision des marques?

- Oui Non

23. L'ensemble des opérations présentées dans ce questionnaire (street marketing, advergame, vidéo virale, parrainage, mini-site, communauté en ligne, organisation d'évènements...) influencent-elles votre comportement d'achat?

- Oui Non
-