



PAPERSCOPE

Sens et science du média courrier

Secteur audioprothésistes

Découvrez
tout le potentiel
du média courrier



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS

Secteur audioprothésistes

CONTEXTE

Un marché concurrentiel de près de 2 millions d'individus : 3,4% de la population française porte des prothèses auditives.

Logiquement les plus de 60 ans sont largement sur-représentés sur ce secteur : ils représentent 76% des acheteurs.

OBJECTIFS

ANALYSER les parcours d'achat des porteurs et acheteurs de prothèses auditives.

COMPRENDRE la place du courrier publicitaire dans ce parcours.

MÉTHODOLOGIE

Cible étudiée : 800 individus âgés de 60 ans ou plus, **porteurs de prothèses auditives, s'étant rendus dans une enseigne d'audioprothèses** au moins une fois au cours des 2 dernières années.

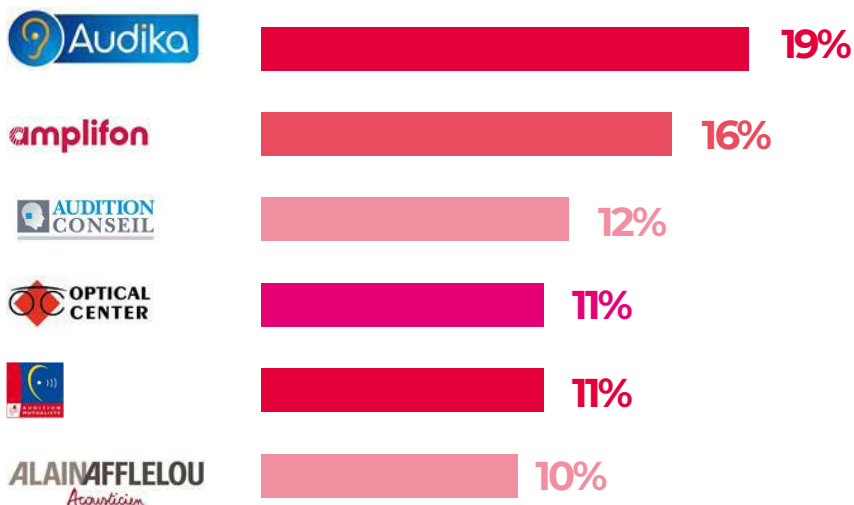
Mode de recueil : online.

Date du terrain : du 24 au 30 janvier 2018.

1. UN MARCHÉ TRÈS MORCELÉ

Plus **d'une vingtaine d'acteurs sur le marché**, mais les 3 premiers, Audika, Amplifon et Audition Conseil concentrent **47%** de la **fréquentation** en enseignes d'audioprothèses au cours des 24 derniers mois.

QUELLES ENSEIGNES D'AUDIOPROTHÈSES AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉES AU COURS DES 24 DERNIERS MOIS ?



2. SERVICE, CONFORT ET PRIX SONT LES INFORMATIONS LES PLUS RECHERCHÉES PAR LA CIBLE

L'achat d'audioprothèses, un budget conséquent et impactant : 47% des porteurs d'audioprothèses ont dépensé plus de 2000€ pour s'équiper (avant remboursement sécurité sociale).

Identifier les points de contact

Un domaine technique qui innove : 65% des porteurs d'audioprothèses se tiennent informés des nouveautés sur ce domaine.

Un besoin large de réassurance : la moitié des porteurs sont en attente d'informations sur le service, le confort, le prix, la solidité, la puissance.

Ceci crée un contexte favorable aux points de contact écrits .

TOP 5 DES INFORMATIONS RECHERCHÉES PAR LES ACHETEURS D'AUDIOPROTHÈSES

60%	Le service (assistance, garanties, financement...)
50%	Le confort de l'audioprothèse
50%	Le prix de l'audioprothèse
48%	La solidité, fiabilité de l'audioprothèse
48%	La puissance, la performance de l'audioprothèse

3 certifications confirmées

Quand l'exigence se fait entendre !

- ISO 9001
- ISO 14001
- NF SERVICE

Le confort-passif ?

MOTSOMÉLÉS

29 ans d'expérience ouverte

Audilab adresse des brochures valorisant la qualité de ses produits.

Source : Kantar Media – Septembre 2017 – Courrier adressé

3. LE COURRIER ADRESSÉ & L'EMAIL : PREMIERS POINTS DE CONTACT PAID EN PHASE D'INFORMATION

Les points de contacts personnalisés sont particulièrement prisés lors de la recherche d'information : courriers adressés & emails arrivent en tête du ranking PAID, qu'ils soient envoyés en fidélisation ou en prospection.

Les courriers publicitaires proposent une approche « product centric » en diffusant des informations complètes : prix, conseil et offre produits.



Mai 2016 – Courrier adressé

TOP 10 DES POINTS DE CONTACTS UTILISÉS EN PHASE D'INFORMATION

40%	Recommandations d'un ORL, d'un médecin...
39%	Essai gratuit d'un appareil mis à disposition par un centre auditif
38%	Conseils des vendeurs dans le magasin
35%	Avis d'une association ou d'un organisme public
33%	Sites comparateurs de prix/guide d'achat
33%	Sites Internet spécialisés dans les audioprothèses
32%	Courriers envoyés à votre nom par une enseigne dont vous êtes client
31%	Site Internet de l'enseigne
30%	Courriers envoyés à votre nom par une enseigne dont vous n'êtes pas client
30%	Catalogues, brochures disponibles en magasin

4. LE COURRIER ET L'EMAIL : SUPPORTS PUBLICITAIRES PRÉFÉRÉS DE LA CIBLE POUR LE SERVICE APRÈS-VENTE

Les individus apprécient de recevoir des courriers qui leurs permettent de rester en contact de manière personnalisée avec leur enseigne (promotions, innovations...).

Compte tenu du caractère assez récurrent de cet achat et du besoin d'entretien, une approche de fidélisation paraît incontournable.

TOP 10 DES POINTS DE CONTACTS UTILISÉS LORS DE LA RELATION CLIENT

34%	Courriers envoyés à votre nom par une enseigne dont vous êtes client
32%	Emails envoyés par une enseigne dont vous êtes client
19%	Site Internet de l'enseigne
17%	Catalogues, brochures disponibles en magasin
17%	Conseils des vendeurs dans le magasin
15%	Application mobile de l'enseigne
14%	Vitrine, décoration, ambiance générale du magasin
14%	Courriers envoyés à votre nom par une enseigne dont vous n'êtes pas client
13%	SMS envoyés par une enseigne proposant des promotions, invitations...
13%	Emails envoyés par une enseigne dont vous n'êtes pas client

COMMENT NOUS CONTACTER ?

PAR TÉLÉPHONE



Nos 650 spécialistes entreprises
sont à votre écoute du
lundi au vendredi de 9h à 18h

(0,30€ TTC/min, à partir d'un téléphone fixe)

PAR CHAT

www.laposte.fr/entreprise

**Posez toutes vos questions
et dialoguez en direct**
avec nos conseillers
La Poste Solutions Business
via le chat

PAR COURRIEL

service.clients@laposte.fr

Pour des informations sur nos
produits, nos services ou nous
faire part de vos remarques
ou suggestions

PAR COURRIER

**Service Clients
Courrier Entreprises
99999 LAPOSTE**

Des **formulaires et
enveloppes T gratuites** sont
à votre disposition dans les
établissements de La Poste



**eco
logic** Neutralité
Carbone

LA POSTE - S.A. au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS PARIS -
Siège social : 9 RUE DU COLONEL PIERRE AVIA - 75015 PARIS - Janvier 2019
Conception : BestDoc

Imprimé par BestDoc sur du papier issu de forêts gérées durablement.



Crédits photos : Andresr, Gilaxia, Djiledesign, Yulkapopkova, Master1305, Skynesher, Geber86,
Aleksandar Nacic/iStock, JackF/Adobe Stock.



LA POSTE
SOLUTIONS
BUSINESS