




Les ConsoGamers

Qui sont-ils ?

-  53% des français sont des conso-gamers
-  55% des ConsoGamers sont des femmes
-  33% des ConsoGamers vivent en famille avec au moins un enfant de moins de 14 ans



28%

Aiment fréquenter les grandes surfaces même s'ils n'ont pas de nécessité d'achat.

35%

Apprécient de pouvoir faire de plus en plus de choses dans les centres commerciaux.

66%

Aiment apprendre des choses même si elles n'ont pas d'utilité.

Les méthodes de jeux privilégiées :

34% *

Jeux concours en ligne

35%*

Bornes interactives

36%*

Jeux concours, loteries en magasin

*Proportion de participation des Français au cours des 12 derniers mois

Le jeu parfait



#1 - Sans contraintes

Les joueurs se montrent réticent face aux démarches longues / fastidieuses

#2 - Rapides et simples

Les joueurs aime avoir le résultat dans l'immédiat, sauf si le lot est important.



#3 - Ludique

On observe une nette préférence pour les mécaniques ludique ou interactives qui rappellent le casino

#4 - 100% gagnant

Pour les jeux à vocation marketing, le joueur préfère un 100% gagnant, quitte à préférer de petites sommes



#5 - Qui fasse rêver

Le lot doit être assez important et avoir une valeur attractive pour valoriser la relation client/enseigne

#6 - Win-win avec l'enseigne

Le joueur a conscience qu'on cherche d'abord à le fidéliser, voire le conquérir et à le faire acheter.



#7 - Qui ne change pas leurs pratiques de courses

Les joueurs sont unanimes, ils ne veulent pas admettre que le jeu peut changer la fréquentation de l'enseigne.

Les affinités médias

Les ConsoGamers utilisent différents médias selon leur objectif de consommation.

- Pour découvrir des produits, services ou marques



53%



44%



27%

- Pour se rendre dans un magasin



34%



33%



25%

- Pour acheter un produit en magasin



34%



32%



24%

Une solution pour les atteindre



Pour créer des expériences ludiques et interactives qui permettent d'attirer l'attention des consommateurs et de se démarquer de la concurrence en créant un environnement divertissant et engageant. Des opérations d'animation en point de vente et online tout en collectant des données de connaissance client afin de mieux comprendre vos clients.

Collectez

de la donnée opt-in et enrichissez votre base clients

Boostez

le trafic et la notoriété de votre magasin

Fidélisez et récompensez

la clientèle

Maximisez

l'expérience de vos clients et votre chiffre d'affaires

Cette offre comprend :



Une gamme de bornes événementielles et jeux en ligne



Une plateforme SAAS pour le paramétrage, le suivi et le bilan de vos opérations

Source : Etude MEDIAPOST ISOSKELE 2023