



# **Les données visiteurs & non-visiteurs: un outil au service de la stratégie du lieu**

12.10.2022

Fabien Morf, Fondateur | Directeur

L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, Suisse – Lausanne  
[www.loeildupublic.com](http://www.loeildupublic.com)

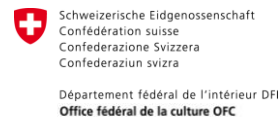
Contact:  
[contact@loeildupublic.ch](mailto:contact@loeildupublic.ch)



© Copyright L'Oeil du Public (Suisse) Sàrl, 2022.  
Ce rapport est mis gratuitement à disposition selon les termes de la [Licence Creative Commons: Mention obligatoire de l'auteur "L'Oeil du Public \(Suisse\)" - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) en interdite.



**Fabien Morf**  
Fondateur | Directeur  
L'Oeil du Public (Suisse)



# **LA CONNAISSANCE DES PUBLICS**

## **5 ENJEUX**

- 1. proximité**
- 2. objectivation**
- 3. stratégie**
- 4. fréquentation**
- 5. politique & finances**

# LA CONNAISSANCE DES PUBLICS

## 5 ENJEUX

1. proximité

2. objectivation

**3. stratégie**

4. fréquentation

5. politique & finances

**FIDÉLITÉ**

**1<sup>ère</sup> VISITE**

**FIDÉLITÉ**



**CONSIDÉRATION  
/ IMAGE**

**1<sup>ère</sup> VISITE**

**FIDÉLITÉ**





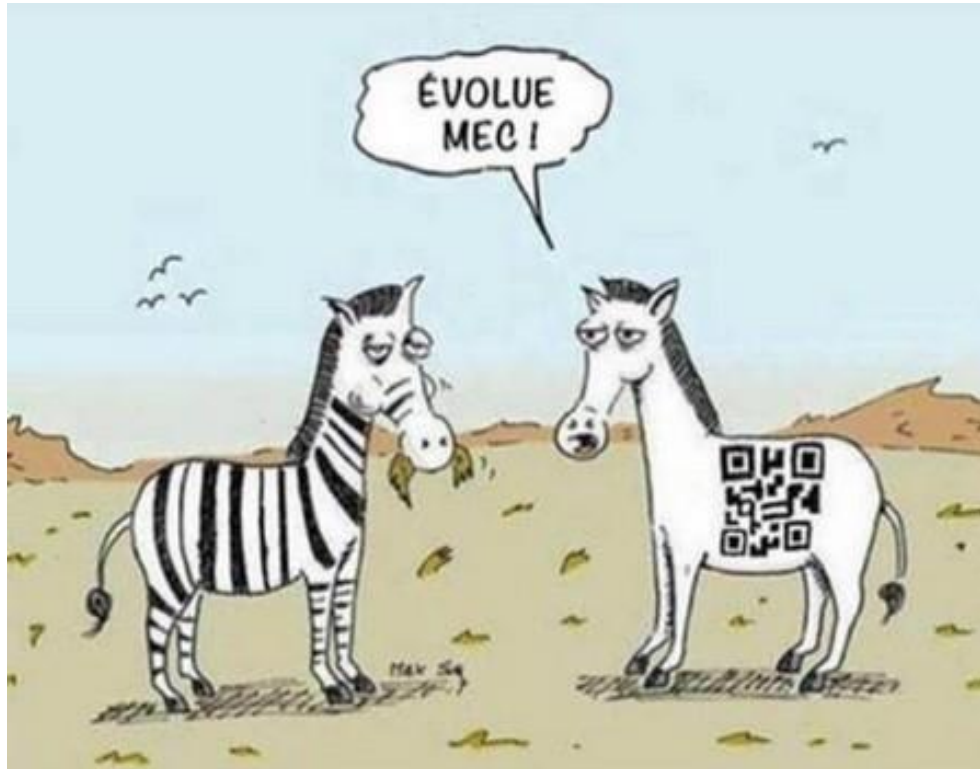
**NOTORIÉTÉ**

**CONSIDÉRATION  
/ IMAGE**

**1<sup>ère</sup> VISITE**

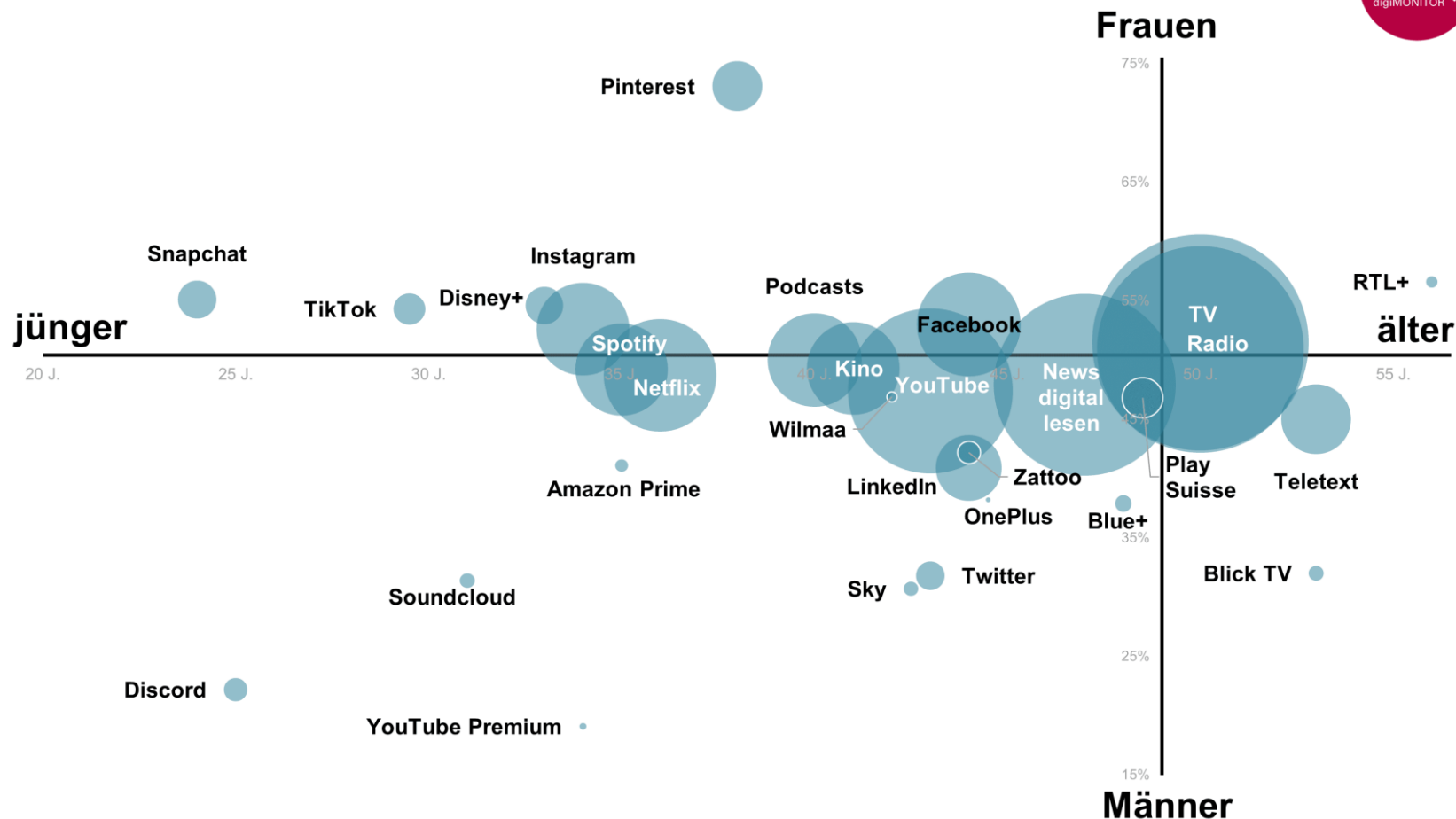
**FIDÉLITÉ**

# LA TENTATION DU CHANGEMENT



# Positionierung ausgewählter Medien und Plattformen 2022

Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, Bevölkerung ab 15 Jahren in Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen), n=1'842. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung;  
x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Gesamtbevölkerung = 49 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.



# LES OBJECTIFS

## Objectifs

- Notoriété
- Image
- Fidélité
- Attentes
- Likes/Dislikes (spontanés)
- Perception
- Motivations / Freins
- Sources d'information
- Prix psychologique
- **Typologie/Segmentation basée sur les motivations**
- ...

# LA DÉMARCHE



# LES RÉTICENCES À L'ÉTUDE DES PUBLICS

Une connaissance « intuitive » ≠ une connaissance scientifique, mesurée, complète et rigoureuse

Une étude travaille surtout sur ce qu'il y a autour de la programmation (marketing culturel ≠ marketing marchand).  
L'institution est aussi une marque.

Les études sont inspirées des sciences humaines qui développent des méthodes pour appréhender les complexités.

Au contraire, ils aiment ça!

Pas forcément. Possible en 3 mois  
Quali: délais encore plus courts

Possibilité de mener un petit quali, un petit quanti avec une dizaine de questions clefs...

Surtout pas. Les résultats doivent toujours délivrés sous forme de préconisations constructives, mais honnêtes.  
– "on va arrêter avec les études ça va ça va" –

# merci de votre attention!

