

---

## Les Séniors, c'est plus ce que c'était !

### Le Marketing des Séniors, non plus...

---

On entend parfois des directions générales ou marketing se plaindre que la conquête et la fidélisation de leurs clients séniors, c'est plus comme avant. Contrairement à leur cible, ils deviennent nostalgiques !

**Les séniors sont loin d'être une cible homogène facile à conquérir. Allez vers eux en ayant en tête :**

- **LE PROFIL :**

Une personne de 50, 60, 70 ans porte avec elle son vécu, ses années d'expérience de consommateurs. Et tout ce qu'elle demande, c'est d'être respecté, qu'on ne lui tende pas un miroir lui rappelant la vieillesse, parce qu'elle n'est véritablement pas vieille. Ne lui parlez pas de besoins de consommation, mais répondez à ses envies !

- **LA DATA :**

La donnée personnelle disponible sur cette cible est abondante, surtout si on accepte de sortir du tout numérique. Sur cette cible, le numérique est un canal supplémentaire, et non LE CANAL de vente. Simplement parce que la vente et la fidélisation de produits à destination de ce public - naguère des consommateurs âgés de 20, 30,40, ans - se faisaient sur les canaux du print. Et ces comportements sont restés ancrés sur cette cible. Les nouveaux canaux sont venus en addition.

- **LES CANAUX :**

Le monocanal est mort ! Et les séniors sont la cible multicanal par excellence, MD TV compris. Mailing, asilage, bus-mailing, téléphone fixe, tous ces canaux peuvent être activés auprès d'eux car

ils sont générationnels. A ces canaux s'ajoutent le téléphone mobile et tous les canaux digitaux, comme pour les autres cibles.

### **Pensez Réalité Commerciale Augmentée !**

Augmentez les possibilités de les conquérir et de les fidéliser sans remplacer toutes les possibilités des canaux print par les nouveaux mais en prenant le meilleur de chacun d'eux.

---

### **A propos de France ADRESSES :**

Depuis sa création en 2006, l'agence marketing direct & digital France Adresses est dédiée aux annonceurs qui ont comme clients des particuliers de 50 ans et plus. Composée de 10 personnes, elle intervient de façon opérationnelle en création d'audiences, transformation de prospects en clients et vente directe et en fidélisation. Nous travaillons avec nos clients sur les audits de données, les contenus rédactionnels, les plan medias et l'optimisation de la valeur par client.

#### **CONTACT PRESSE**

Mickaël SAILLANT – 01 69 85 46 00 – [contact@france-adresses.fr](mailto:contact@france-adresses.fr)

*Plus d'informations sur [France-adresses.fr](http://France-adresses.fr)*