

opinionway,

— POUR —
ringover

Les Français et les *modes de démarchage*

Rapport | Janvier 2025





opinionway

Crédits : dev-asangbam

La méthodologie

La méthodologie

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour RingOver »
et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Echantillon de **1074 personnes, représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 30 octobre au 4 novembre 2024**.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.



Le profil de l'échantillon

opinionway

Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE

Sexe %

Hommes	48%
Femmes	52%

Age %

18 à 24 ans	10%
25 à 34 ans	15%
35 à 49 ans	24%
50 à 64 ans	24%
65 ans et plus	27%

Région %

Ile-de-France	19%
Nord-ouest	23%
Nord-est	22%
Sud-ouest	11%
Sud-est	25%

Activité professionnelle %

Catégories socioprofessionnelles supérieures 29%

Agriculteurs / Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
Professions libérales / Cadres	10%
Professions intermédiaires	15%

Catégories populaires 29%

Employés	17%
Ouvriers	12%

Inactifs 42%

Retraités	28%
Autres inactifs	14%

Taille d'agglomération %

Une commune rurale	21%
De 2000 à 19 999 habitants	18%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	17%



Les résultats

opinionway



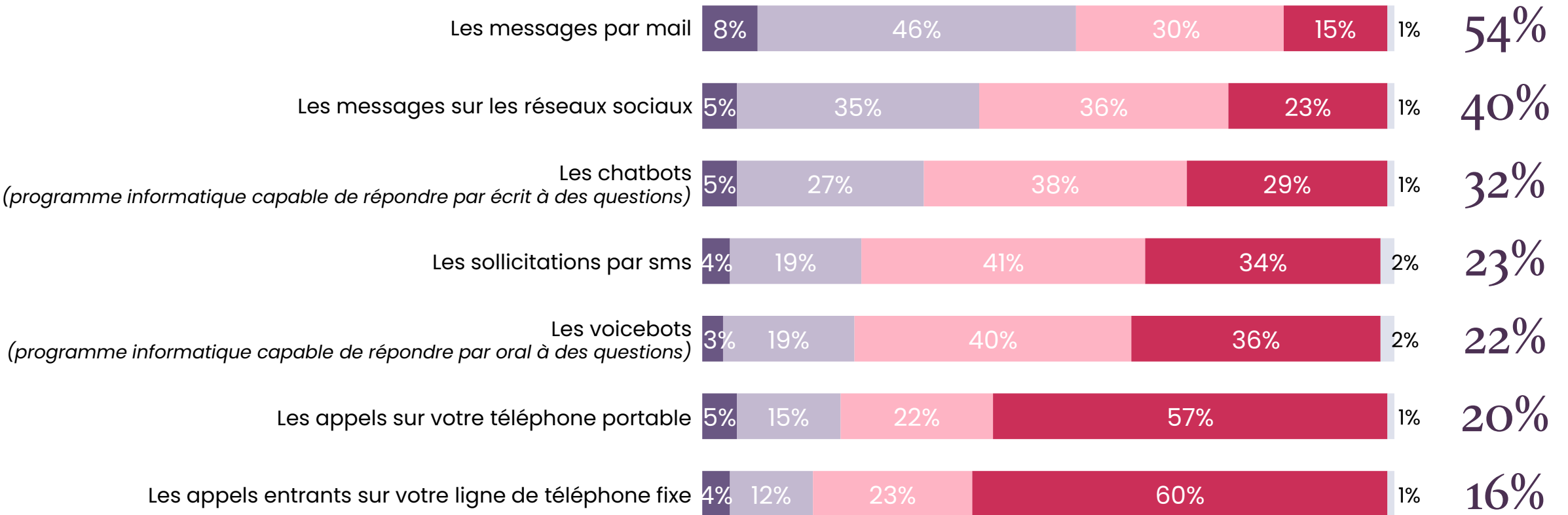
La perception des différents types de démarchage

Q. D'après votre expérience, diriez-vous que chacun des modes de communication suivants que peuvent utiliser les marques est ... ?



1074 personnes

Plaisant



● Très plaisant ● Assez plaisant ● Assez déplaisant ● Très déplaisant ● NSP



La perception des différents types de démarchage

Q. D'après votre expérience, diriez-vous que chacun des modes de communication suivants que peuvent utiliser les marques est ... ?



1074 personnes

	% Plaisant	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Les messages par mail	54%	50%	58%	70%	57%	62%	52%	41%	55%	59%	50%
Les messages sur les réseaux sociaux	40%	38%	41%	57%	64%	44%	34%	20%	40%	51%	29%
Les chatbots (programme informatique capable de répondre par écrit à des questions)	32%	31%	33%	48%	46%	40%	25%	16%	35%	38%	25%
Les sollicitations par sms	23%	24%	22%	19%	32%	27%	25%	14%	27%	32%	13%
Les voicebots (programme informatique capable de répondre par oral à des questions)	22%	23%	21%	32%	34%	25%	17%	13%	26%	25%	16%
Les appels sur votre téléphone portable	20%	22%	19%	29%	32%	21%	19%	12%	21%	27%	15%
Les appels entrants sur votre ligne de téléphone fixe	16%	18%	14%	22%	22%	19%	15%	7%	18%	19%	11%

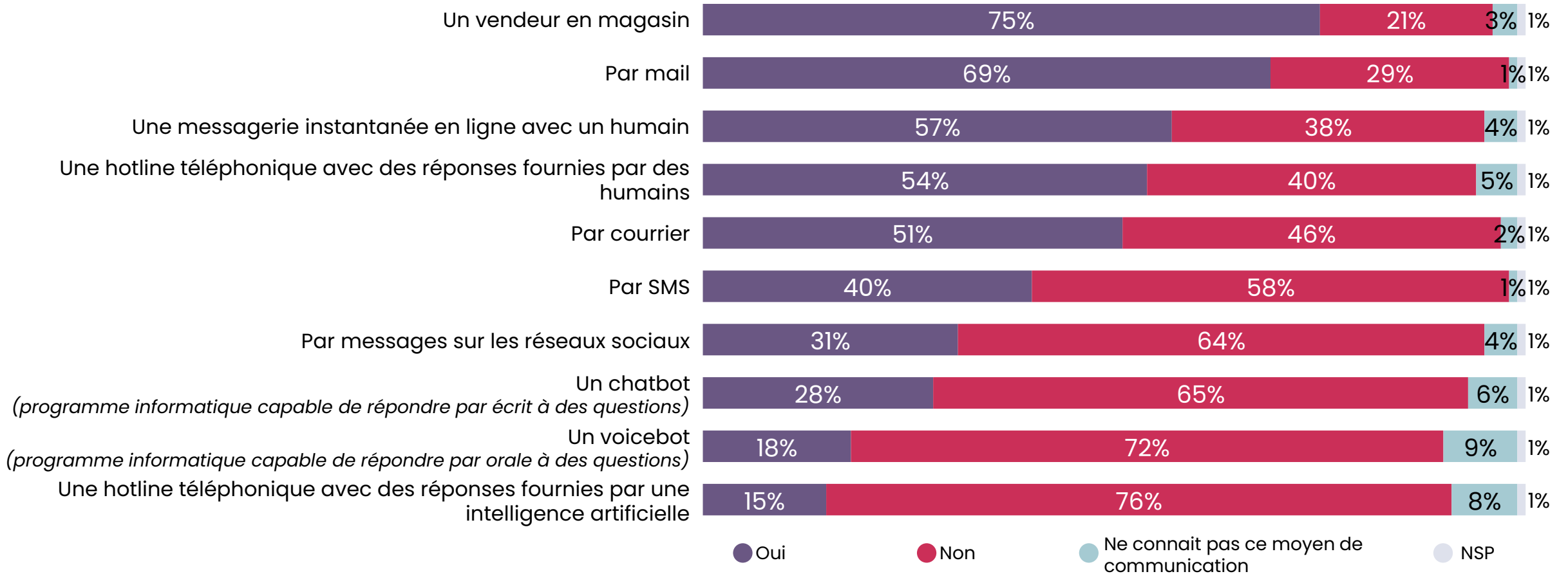


Les moyens de communication préférés



1074 personnes

Q. Souhaiteriez-vous que les marques s'adressent à vous pour répondre à vos besoins et attentes en utilisant chacun des moyens de communication suivants ?





Les moyens de communication préférés



1074
personnes

Q. Souhaiteriez-vous que les marques s'adressent à vous pour répondre à vos besoins et attentes en utilisant chacun des moyens de communication suivants ?

	% Plaisant	SEXE		ÂGE					STATUT		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Un vendeur en magasin	75%	77%	73%	70%	66%	77%	78%	78%	77%	69%	78%
Par mail	69%	67%	71%	74%	67%	78%	72%	56%	73%	73%	62%
Une messagerie instantanée en ligne avec un humain	57%	59%	57%	65%	61%	66%	55%	47%	61%	61%	53%
Une hotline téléphonique avec des réponses fournies par des humains	54%	57%	51%	49%	55%	57%	55%	51%	60%	56%	49%
Par courrier	51%	53%	49%	45%	41%	50%	56%	54%	45%	55%	53%
Par SMS	40%	39%	40%	45%	42%	46%	37%	32%	44%	45%	33%
Par messages sur les réseaux sociaux	31%	31%	32%	49%	50%	39%	27%	11%	34%	42%	22%
Un chatbot (programme informatique capable de répondre par écrit à des questions)	28%	27%	30%	53%	41%	35%	22%	11%	33%	34%	20%
Un voicebot (programme informatique capable de répondre par orale à des questions)	18%	18%	17%	20%	25%	25%	18%	6%	23%	23%	10%
Une hotline téléphonique avec des réponses fournies par une intelligence artificielle	15%	18%	13%	23%	23%	18%	17%	5%	22%	18%	9%

opinionway

PARIS • BORDEAUX • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés!*



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Votre contact OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur général adjoint
Directeur du Pôle opinion

Tel. +33 1 81 81 83 00
fmicheau@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate

