



Global = vital?!

ENJEU DE FIDÉLITÉ

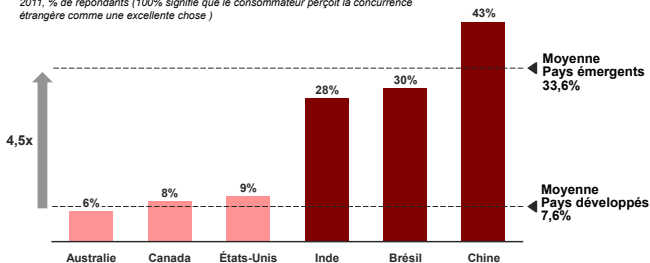
La mondialisation amène inévitablement des enjeux sur le plan culturel, qui peuvent cependant représenter des opportunités pour nos entreprises, comme c'est le cas avec la fidélité des consommateurs.

Les consommateurs des pays émergents sont en moyenne cinq fois plus ouverts aux marques étrangères que les consommateurs des pays développés. Ceci est principalement attribuable à un effet de nouveauté dans les marchés en croissance, de confiance dans les produits étrangers et d'uniformisation de la consommation à l'échelle planétaire.

En moyenne, un tiers des consommateurs chinois, indiens et brésiliens perçoivent la présence de concurrence étrangère comme étant une chose bénéfique, constat qui constitue une réelle opportunité pour les entreprises canadiennes désirant s'implanter dans ces nouveaux marchés prometteurs.

Niveau d'acceptation de la concurrence provenant de marques étrangères

2011, % de répondants (100% signifie que le consommateur perçoit la concurrence étrangère comme une excellente chose)



Source : Analyse SECOR. Colloquy Cross-cultural loyalty study • Q : Voyez-vous la concurrence étrangère comme une bonne chose ?

QUESTION DU JOUR

En faisant référence à vos habitudes de consommation, de manière générale, êtes-vous plus fidèle aux marques canadiennes ou étrangères ?

1. Si Canadiennes, envoyez **CANA**
2. Si étrangères, envoyez **INTL**
3. Aucune importance, envoyez **NOIMP**

Invitation spéciale à un évènement hors-série du Cercle canadien de Montréal

Dans notre environnement économique en turbulence, Global = Vital?!
Mardi, le 29 mai 2012, de 7 h 30 à 9 h
Hôtel le Centre Sheraton Montréal
www.cerclecanadien-montreal.ca