

## 2015 plus ZMOT que jamais !

EBULLISTIK vous dit tout sur cette abréviation bizarre...

ZMOT = « Zero Moment of Truth ».

### Oui mais encore, quel rapport avec notre consommateur ?

Vous, Moi, vos clients, vos prospects, fonctionnons de plus en plus en mode d'achat ZMOT. Sans vous en rendre forcément compte, nous avons introduit une **étape de pré-shopping** dans notre démarche d'achat.

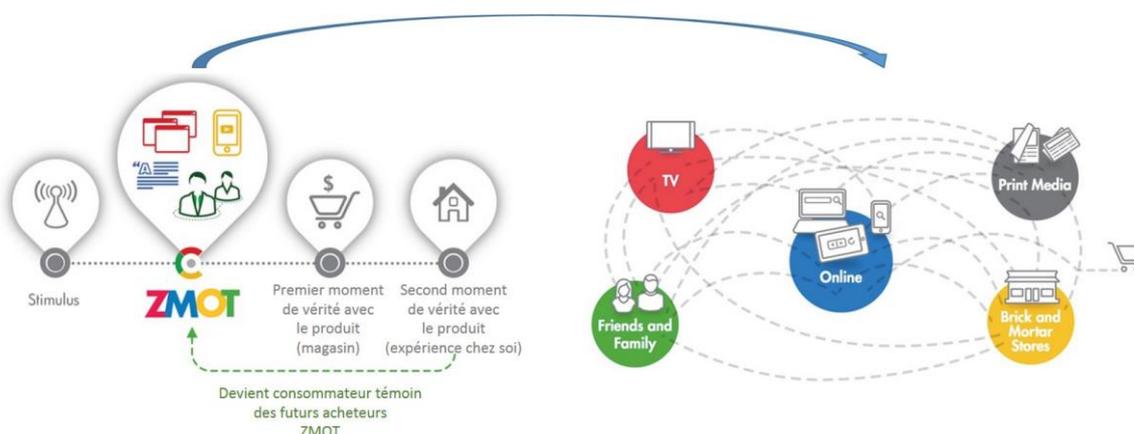
Cette étape qui se faisait essentiellement par le bouche-à-oreille il y a encore quelques années est aujourd'hui systématisée sur le web par le biais des recherches des internautes-consommateurs sur les sites internet, sur les forums mais surtout et prioritairement sur **les réseaux sociaux**.

L'époque où l'entreprise pouvait se contenter d'un stimulus de type publicité magazine, télé, cinéma, tête de gondole est bel et bien révolue.

Aujourd'hui, tout acheteur et surtout la génération Z se fait un devoir de demander des avis de gens déjà en expérience avec le produit/service pour confirmer leur intention d'achat. En d'autres termes ils comptent sur le **retour d'expérience des acheteurs précédents** pour valider leur achat et s'assurer que l'entreprise ne leur a pas fait une promesse commerciale bidon.

A l'exception des seniors actuels, qui ayant pratiqué une marque tout au long de leur vie, affichent une fidélité à toute épreuve à leurs marques, les autres générations disposant de réseaux sociaux et d'outils mobiles à foison se font un devoir de ne pas se faire avoir. La mauvaise conjoncture économique associée aux évolutions technologiques amplifie le phénomène.

### Voici le ZMOT schématisé



**Votre entreprise a-t-elle introduit le ZMOT dans son parcours d'accompagnement à l'achat ?**

### Besoin d'en parler ?

[Virginie.rochat@ebullistik.com](mailto:Virginie.rochat@ebullistik.com)

Tél : 09 83 84 71 99 / Mobile : 06 68 89 28 8