HSK PARTNERS GROUPE

LES PROFILS KALISCOPE

2023

NOUVEAUTÉ

en partenariat avec SPINDATA

Les Profils Kaliscope

DÉFINITION ET CONCEPT

Les Profils Kaliscope résultent d'une analyse de l'exhaustivité des foyers français de la métropole, qualifiés par des données INSEE et de l'open data, modélisés au niveau géographique le plus fin de la diffusion des données INSEE : le carreau.

Parfait pour améliorer la connaissance client ou donateur et sa segmentation, cette solution regroupe, pour un ciblage optimal, 29 millions de potentiels en 29 profils.

5 critères principaux de description sont entrés en compte pour concevoir les Profils Kaliscope :

- l'âge
- la composition du foyer (nombre de personnes, d'enfants)
- l'environnement (taille et statut de la commune)
- l'habitat (type de logement, ancienneté, propriétaire)
- le niveau de vie (revenu, activité, CSP)

UTILISATION ET FINALITÉS

Vous pouvez utiliser les Profils Kaliscope à des fins de connaissance client et/ou de prospection.

Enrichissement de votre base de données
Attribuez son profil à chacune des personnes présentes dans vos fichiers, afin de mieux les connaître et d'optimiser votre communication.

Location de données profilées
Utilisez directement ces profils avec le service Oreiva et ses dizaines de millions de données (adresses postales, tel, sms, e-mails) pour affiner votre ciblage et augmenter vos retours.

Post-test de vos plans fichiers
Appliquez un profil par individu sur les bases de prospection afin d'identifier les meilleures retombées par profils.

Un ROI le plus performant possible
Quel qu'en soit l'utilisation, ces profils donnent une valeur ajoutée à vos opérations futures.

Les Profils Kaliscope

QUELQUES CHIFFRES

6 tranches d'âge

2.3M de carreaux → **13.8M** de possibilités

100% des foyers français qualifiés

29 profils répartis en 8 groupes

2 personnes dans un même foyer : pas forcément le même profil !

POUR QUELS OBJECTIFS ?

- Apprendre à mieux connaître vos clients
- Enrichir vos bases de données
- Personnaliser vos sollicitations marketing
- Analyser les résultats de vos campagnes
- Optimiser vos plans de recrutement

LES DIFFERENTS PROFILS

Les 29 profils ci-dessous résultent d'une analyse statistique.

A- Les jeunes

Les foyers les plus jeunes, plutôt urbains

A1 Jeunes diplômés, très urbains, revenus plus élevés que la moyenne

A2 Jeunes de province, revenus moyens/ faibles

B- Les foyers aisés

Les foyers actifs, les plus aisés

B1 Jeunes urbains, majoritairement parisiens, très diplômés et CSP+

B2 Familles avec enfants , propriétaires, en banlieue, CSP+.

B3 Ménages ruraux, plus âgés, propriétaires

C- La classe moyenne

Familles avec enfants

C1 Jeunes familles urbaines avec enfants, revenus modestes

C2 Familles urbaines 40 - 54 ans, grands enfants. Revenus moyens.,Propriétaires

C3 Familles rurales, grands enfants, artisans, commerçants, revenus moyens+

D- Les singles

Une personne par foyer

55 - 64 ans, petites villes

D1 Jeunes diplômés, très urbains, revenus plus élevés que la moyenne

D2 Jeunes de province, revenus moyens/ faibles

D3 Jeunes de province, revenus moyens/ faibles

LES DIFFERENTS PROFILS

E- La génération X

Ménages avec enfants, propriétaires

E1	Ménages urbains, souvent sans enfants, revenus supérieurs à la moyenne
E2	Ménages actifs avec enfants, petites villes, revenus moyens
E3	Familles avec enfants, petites villes de province, propriétaires revenus modestes
E4	Couples des zones rurales, 55 - 65 ans, propriétaires, revenus modestes

F - Les familles en difficulté

Familles avec enfants aux revenus très faibles

F1	Jeunes familles nombreuses en province, employés, ouvriers
F2	Familles nombreuses , 40 - 54 ans, péri-urbaines, propriétaires, 2 voitures
F3	Familles des petites villes de province, habitat HLM
F4	Familles nombreuses des zones rurales, propriétaires

G - Les retraités des villes

Retraités en zones urbaines

G1	Seniors parisiens ou des grandes villes de province, revenus élevés
G2	Seniors âgés (souvent seuls), habitat péri-urbain, revenus confortables
G3	Couples jeunes seniors, banlieue, propriétaires, revenus moyens.
G4	Seniors urbains, aux revenus faibles

H- Les retraités des champs

Retraités zones rurales ou petites villes

H1	Seniors âgés des petites villes de province, souvent seuls. Revenus moyens supérieurs .
H2	Couples de jeunes seniors des petites villes de province, revenus moyens
H3	Seniors des petites villes de province aux revenus moyens, souvent seuls
H4	Couples de jeunes seniors des zones rurales.Propriétaires de leur maison.
H5	Seniors des zones rurales âgés, souvent seuls, revenus moyens