

Segmentation OCEAN



La classification OCEAN est largement utilisée dans le domaine de la psychologie sociale et, plus récemment, elle est utilisée par certains regroupements d'agence médias pour paufiner les profils de consommateurs.

La classification OCEAN est basée sur les traits de personnalité des Grands Cinq ; cinq grandes dimensions pour décrire la personnalité des gens. Ces dimensions ou caractéristiques sont les suivantes :



Ouverture : Associé à l'imagination active, à la curiosité intellectuelle, à la préférence pour la variété et à l'ouverture à de nouvelles expériences.



Conscience : Associé à la prudence, à la diligence, à l'autodiscipline, à l'accomplissement et à la fiabilité..



Extraversion : Associé à la sociabilité, la volubilité et le dynamisme.



Agréable: Associé à la gentillesse, la sympathie, la coopération, la chaleur et la prévenance.



Névrosés: Associé à l'anxiété, à l'inquiétude, à la peur, à la dépression, à la jalousie et à la solitude.

Ces traits de personnalité aident à comprendre la psychologie des consommateurs et vous permettent de créer des stratégies de marque en soulignant le lien ou l'inadéquation entre ce que la marque représente et ce que les consommateurs apprécient.