

SHOPPER TEST

PACK CONCEPT

POUR DES
RÉSULTATS
JUSTES



Innovacorp
> Transformation Marketing

DOMAINES D'APPLICATION

 TEST DE PACKS / LANCEMENT D'OFFRE

 TEST DE CONCEPTS DANS UN PROCESSUS D'INNOVATION

 BENCHMARK DES MARQUES LEADERS PRÉSENTES EN RAYON

 BILAN COMMUNICATION EN MAGASIN (PACK, PLV, CATALOGUE, GUIDE CLIENT...)



NOTRE MÉTHODOLOGIE SHOPPER



DÉCRYPTAGE DES IMPLANTATIONS EN RAYON



**ANALYSE SÉMIOTIQUE DES CODES PACKS REPLACÉS
DANS L'ENVIRONNEMENT D'ACHAT**



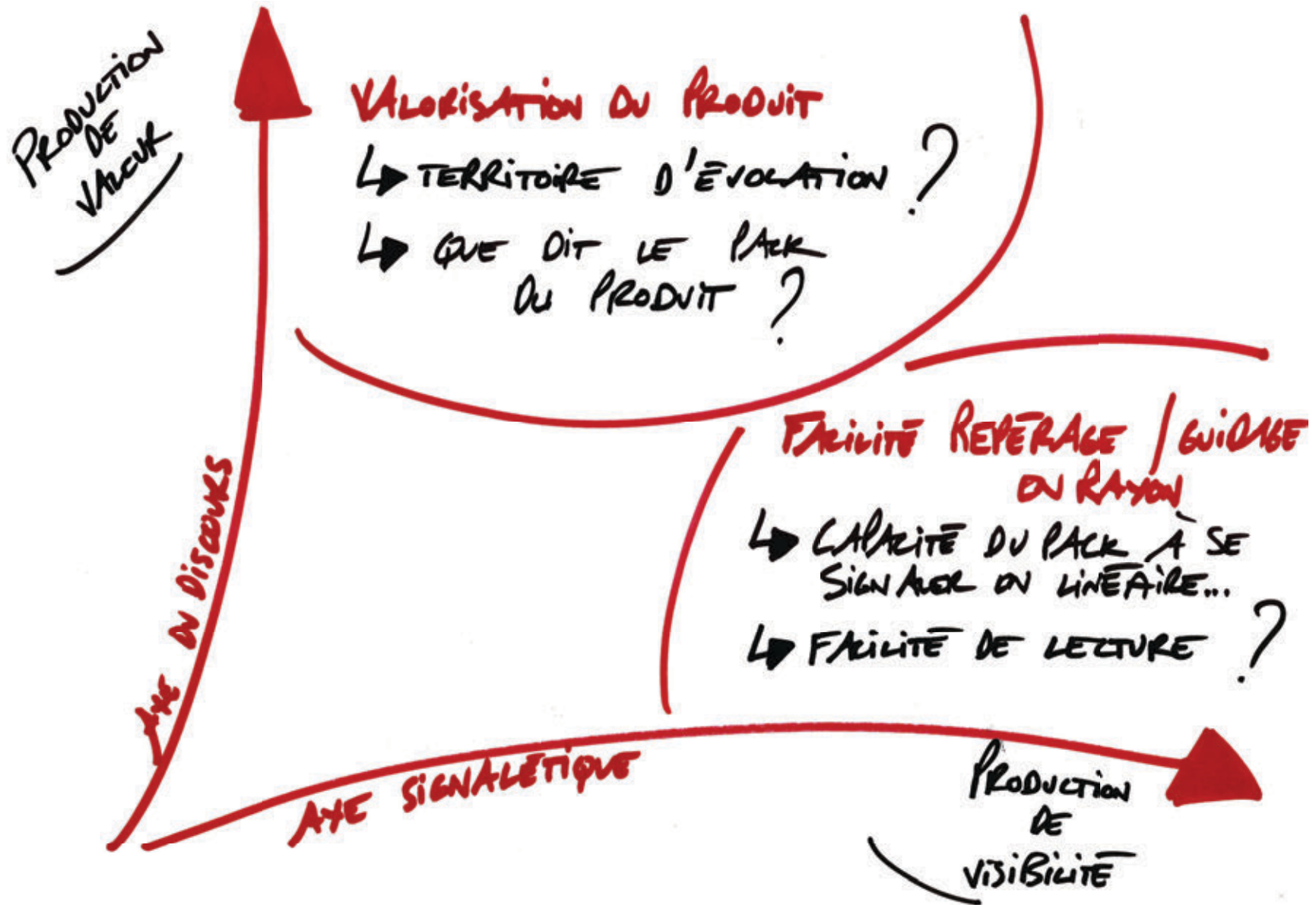
**INTERVIEWS DE SHOPPERS EN SITUATION RÉELLE
D'ACHAT**



**TABLEAU DE BORD QUANTITATIF INTÉGRANT LES
PROFILS, LES PARCOURS CLIENTS ET LES
ARBITRAGES PRODUITS**



DEUX AXES PRIS EN COMPTE EN LINÉAIRE : LE DISCOURS ET LA SIGNALÉTIQUE



PARTIR DE L'ACTE D'ACHAT POUR REMONTER À LA COMPRÉHENSION DE SES RESSORTS



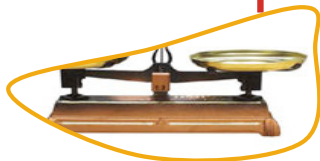
T1 : OBSERVATION

- ✖ Repérer les reflexes shoppers
- ✖ Evaluer l'attrait spontané des produits testés



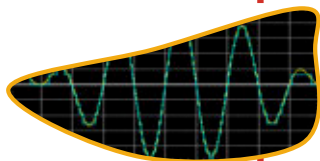
T2 : PRISE DE CONTACT + CHOIX / DÉCISION

- ✖ Ce qui est vu / pas vu spontanément
- ✖ Ce qui capte l'attention
- ✖ Ce que l'on achète / n'achète pas en spontané



T3 : JUSTIFICATION DE LA DÉCISION

- ✖ Pack : atouts / forces / faiblesses
- ✖ Insights shopper / consumer
- ✖ Usage projeté, qualité perçue...
- ✖ Benchmark : territoire vs concurrence



T4 : RECUEIL D'INFOS SUIVIES EN QUANTI

- ✖ Packs / concepts sélectionnés et impact sur les différentes cibles





SIMULATION PLANNING

Semaine 1

Temps 1 :

Organisation.

- ✘ **Recrutement de l'échantillon pré-recruté.**
- ✘ **Obtention des accords magasins.**
- ✘ **Écriture et validation du guide d'animation.**

Semaine 2

Temps 2 :

Terrain (ex. 3 magasins).

Magasin de proximité (2j)	Auchan (2j)	Leclerc (2j)
------------------------------	----------------	-----------------

Pour chaque lieu de vente :

- ✘ **20 personnes rencontrées = 5 pré-recrutés + 15 in situ.**
- ✘ **Clients acquis à la marque + concurrence.**
- ✘ **Observation + vidéo.**

Semaine 3+4

Temps 3 :

Analyse

- ✘ **Analyse et rédaction des résultats.**

✘ **Montage vidéo (optionnel - 2j).**

✘ **Retour d'information au magasin (optionnel).**

Semaine 5

Temps 4 :

Atelier (option).

- ✘ **Leviers stratégiques.**
- ✘ **Leviers opérationnels.**
- ✘ **Décisions marketing.**

- ✘ 1 ou 2 personnes sur site.
- ✘ Équipement vidéo fourni.