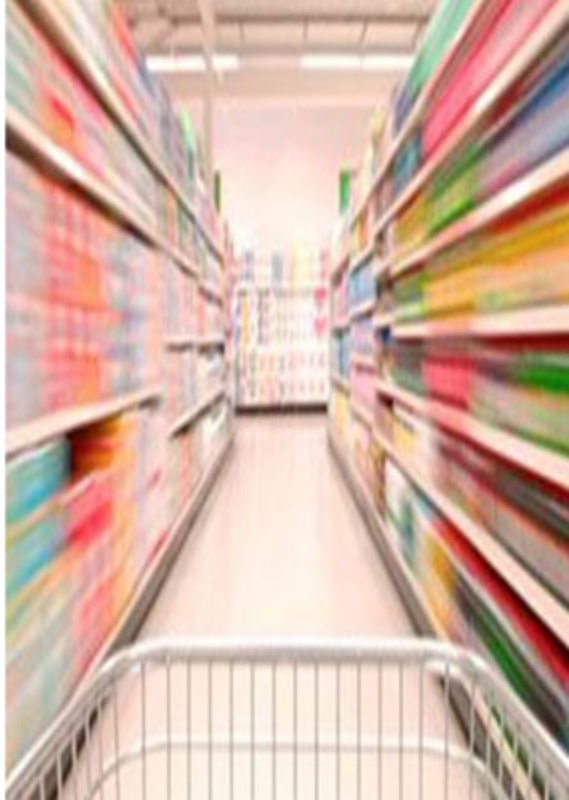


SHOPPERSTRAT'

*BÂTIR SA STRATÉGIE
MARKETING SUR DU VRAI !*

Innovacorp
> Transformation Marketing



SHOPPER^{STRAT'} POUR...



**RENFORCER VOTRE STRATÉGIE DE MARQUE
SUR LES IMPÉRATIFS TERRAIN.**



**LANCER DES OFFRES QUI FONT LA
DIFFÉRENCE EN LINÉAIRE.**



**ACCROÎTRE VOTRE COMPÉTITIVITÉ
EN RAYON.**



**FAIRE COLLER LE PLAN MERCHANDISING
À LA RÉALITÉ DES ACHATS.**

LES RÉSULTATS SHOPPER^{STRAT}

Définir tous les paramètres de votre stratégie marketing, des + stratégiques aux + opérationnels.

W FONDER SA STRATÉGIE SUR LA RÉALITÉ DES COMPORTEMENTS EN MAGASIN.

W CONSTRUIRE UNE VISION 360° EN DÉTECTANT LES VARIABLES SAILLANTES ET EFFICACES, STRATÉGIQUES ET/OU OPÉRATIONNELLES.

W FORMALISER LA DYNAMIQUE DU MARCHÉ ET DES MARQUES EN PRÉSENCE POUR DÉFINIR SON PLAN D'ACTION MARKETING.

W COORDONNER LES DÉCISIONS / ACTIONS DG, MARKETING, R&D, COMMERCIAL, AGENCES.



LA MÉTHODE SHOPPER^{STRAT}

1 TERRAIN



OBSERVATION SHOPPER

Observer / détecter les comportements et critères d'achat in situ.



INTERVIEWS EXPLORATOIRES

Fournir les explications aux comportements.
Détecter les drivers marché.

2 ATELIER *(option)*



ATELIER PLURIDISCIPLINAIRE

Partager les enseignements terrain et exploiter les drivers marché.

Détecter les leviers marketing (stratégiques et opérationnels).

Hierarchiser les actions marketing / commerciales / R&D.