Eurofins Marketing Research

À VOS CÔTÉS POUR LA MEILLEURE EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR

eurofins
marketing research

"Full-service sensory and marketing studies"

Eurofins Marketing Research

Eurofins **Marketing Research**

est un institut **d'études et d'analyses marketing et sensorielles** spécialisé dans les univers du food et du non food (cosmétique, produits d'hygiène, détergence…).

Au quotidien, nos équipes vous accompagnent dans votre **démarche de développement ou d'optimisation produit,** en s'appuyant sur la **double compétence sensorielle et marketing de ses consultants.** Ensemble, nous définissons les méthodologies et livrables qui **répondent à vos besoins, vos attendus et vos contraintes, au travers de prestations ad-hoc et innovantes.**

Notre **appartenance au groupe Eurofins, leader mondial de la bio-analyse**, nous assure solidité et pérennité, pour investir et développer des protocoles d'études toujours plus précis et novateurs. **La dimension internationale** du groupe (présence dans 35 pays) nous permet de **mener des études partout dans le monde**.

LES 3 ACTIVITÉS D'EUROFINS MARKETING RESEARCH

ÉTUDES MARKETING • ÉTUDES SENSORIELLES • PROTOCOLES ATTRIBUTS SENSORIELS ET MARKETING (ASM)

Les atouts Eurofins Marketing Research :

- **3 sites répartis en France** (Paris intra muros, Nantes et Aix-en-Provence), pour un panel parfaitement représentatif et une prise en compte des spécificités régionales

- **Un panel de 45 000 consommateurs**, dont 8 000 enfants de 6 à 12 ans et un panel bébés de 6 à 24 mois

- **Une base de données** complète sur les habitudes de consommation et d'achat de l'ensemble de nos panelistes

- **Une base de 30 000 internautes** exclusifs pour toutes vos études online. Plus de 100 inscriptions par semaine sur notre site dédié **testezpournous.fr**

- **La plus grande capacité en France** avec près de **4 000 études** produites dans plus de **100 cabines de test informatisées** dans des salles climatisées et sous hygrométrie contrôlée (Norme NF ISO 8589)

- **Des jurys d'experts** :

> entrainés sur des catégories particulières de produits (volaille, jus de fruit, café, thé, …) : **les QSA Experts©** (Qualified Sensory Analysis Experts)

> entrainés aux méthodes analytiques, **experts multi-produits : les MTP Experts©** (Multi Trained Product Experts)

NE PASSEZ PAS À COTÉ DE VOS CONSOMMATEURS

Chaque produit, chaque marché est unique. Nos études doivent l'être aussi.

C'est pourquoi chez Eurofins Marketing Research, tout nouveau projet démarre par une phase d'écoute de votre problématique afin de définir les méthodologies les plus adéquates et performantes en fonction de vos besoins. Nous nous adaptons à votre produit et votre marché, mais aussi à vos critères de décision et à vos standards d'action.

Séverine Dhaene
Project Manager Senior Marketing Food

Parce que vous avez besoin de vous appuyer sur des données consommateur pour optimiser la performance de vos produits, nous vous accompagnons sur des sujets tels que :

- L'étude des logiques et comportements de vos consommateurs
- La validation de vos concepts
- Le choix parmi plusieurs options de développement produit
- L'amélioration de votre produit et la perception de vos consommateurs
- La mesure de la pertinence et de la cohérence des éléments de votre mix produit (prix, pack…)

Le plus
EUROFINS MARKETING RESEARCH

[+] EXPERTISE
Une équipe de spécialistes forte de plus de 15 années d'expérience en analyse qualitative et quantitative

[+] MAÎTRISE
Pas de sous-traitance de la gestion des recrutements, pour une sélection des consommateurs conforme aux quotas

[+] QUALITÉ DES RÉSULTATS
Tous les traitements statistiques sont internalisés et réalisés par des statisticiens expérimentés pour assurer rigueur et fiabilité des analyses

[+] ACCOMPAGNEMENT
interprétations et recommandations par des Project Managers spécialistes de la catégorie de produit

Nos solutions Marketing

Études **Quantitatives**

Des protocoles d'études pour quantifier avec précision les attitudes, les comportements et les choix des consommateurs afin d'enrichir vos concepts produit et optimiser leur préférence :

- Screening concepts
- Perception mix produit
- Tests packaging
- Trade off pricing
- Usages & Attitudes

Études **Qualitatives**

Des outils d'études qui vous permettent de mener un travail en profondeur sur la perception des consommateurs :

- Études exploratoires
- Emergence d'insight
- Perception concepts
- Évaluation pistes packaging
- Logiques d'achat et motifs de choix

LA SENSORIALITÉ PRODUIT, VOTRE ATOUT FIDÉLISATION CLIENTS

Nous mettons tout en œuvre pour que notre organisation interne allie proximité et efficacité. Ainsi, un Project Manager spécialiste de votre univers produits est votre interlocuteur privilégié du début à la fin du projet. Il s'appuie sur :

- *Le Responsable d'Etude, pour la partie technique (questionnaire, analyse, synthèse)*
- *Le service dédié au traitement des données, internalisé pour une réactivité maximum*
- *L'équipe terrain en charge de toutes les étapes de votre étude (call center, responsables terrain, enquêteurs, préleveurs…)*

tous sont experts de leur métier et sensibles à l'expérience sensorielle et émotionnelle que procure la consommation d'un produit.

Jean-Marc Le Gall
Dirigeant

Qu'il s'agisse de l'univers du food ou de produits non food (hygiène, parfumerie, cosmétiques, …), la sensorialité est au cœur de la relation qui lie un produit à son consommateur.

- Faites tester vos produits, évaluez leur performance
- Capitalisez sur l'expérience consommateurs et gérez les différences perçues
- Optimisez votre captation et votre fidélisation clients

Le plus
EUROFINS MARKETING RESEARCH

[+] CONNAISSANCE MÉTIERS ET RIGUEUR SCIENTIFIQUE
Des responsables d'étude ingénieurs sensoriel, experts de leur catégorie de produit (food, cosmétique, non food)

[+] SOLUTIONS AD-HOC
Des méthodologies innovantes, adaptées au client et à son produit et un accompagnement dans l'interprétation des résultats et des recommandations

[+] QUALITÉ
Un des premiers laboratoires sensoriels accrédité par le COFRAC, des protocoles d'analyse qui respectent les normes hédo ISO 11136 et les normes profils ISO 13299

Nos solutions Sensorielles

Études Sensorielles **Consommateurs**

Pour comprendre les mécanismes de choix et d'appréciation des consommateurs, leurs préférences et leurs intentions d'achat/reconsommation :

- CLT (Central Location Test)
- Home use test
- Test de différence / similitude
- Test de préférence
- Monitoring/suivi qualité produits dans le temps
- Sniff test

Études Sensorielles **Analytiques et Alternatives**

Pour définir et décrire les caractéristiques sensorielles de vos produits, cerner leurs performances réelles, les comparer :

- Profils conventionnels
- Profils comparatifs
- Profils flashs
- Tri libre, Napping

LE CONCEPT N'EST RIEN SANS L'ÉMOTION

Lors de la mesure de la performance d'un produit, il est souvent difficile de faire la part des choses entre perception sensorielle et tout un ensemble d'éléments comme la connaissance du produit, les attitudes, les opinions, les usages, qui influencent très nettement l'expérience gustative d'un consommateur.

Sachant que cette relation est complexe et multidimensionnelle, notre volonté est de développer des protocoles dédiés à ce type de problématique grâce à une équipe pluridisciplinaire d'ingénieurs sensoriels et d'experts en études qualitatives et qualitatives.

Christian Theet
Responsable Marketing et Business Development

Le lien entre concepts marketing et perceptions sensorielles est complexe car le consommateur appréhende un produit dans sa globalité. Cela nous conduit à chercher à :

- Comprendre la relation entre qualité perçue, qualité attendue
- Cerner les drivers de l'appréciation
- Cerner les axes d'optimisation en fonction des usages et des attitudes
- Procéder à des mesures d'évaluation avec des descripteurs pertinents

Pionniers dans le DÉVELOPPEMENT de **protocoles innovants** mixant **Marketing & Perception Sensorielle**

Nos solutions
Attributs Sensoriels et Marketing

Eurofins Marketing Research **vous aide à :**

- Mieux cerner les appréciations des consommateurs et les interactions du mix produit pour des produits nouveaux, sans référent : **la dissonance cognitive en analyse sensorielle**

- Comprendre et hiérarchiser les caractéristiques d'aspect, de dénomination, de promesses, ou de prix déterminant les préférences. Nous proposons un protocole qui s'inscrit dans le cadre d'essentialisation de votre recette ou d'une meilleure pertinence économique : le **Sensory Trade off**

- Trouver les axes d'optimisation des produits et valider des recettes qui permettent d'atteindre de nouveaux consommateurs : **Préférence Mapping et U&A**

- Disposer des bons descripteurs qui discriminent les produits pour un questionnement du consommateur plus pertinent : **Consumer Language Development**

Tous ces développements constituent une réponse originale et pertinente aux problématiques de l'interaction entre perception marketing et évaluation sensorielle d'un produit.

Nos centres de tests sous contrôle qualité

Aix en Provence

Paris

Nantes

Eurofins Marketing Research Paris
Laboratoire accrédité n°1-2137
Portée disponible sur www.cofrac.fr

CONTACTEZ-NOUS !

Christian Theet - 01 53 34 17 49 - christiantheet@eurofins.com

[+] Salles de dégustation

[+] Cuisines professionnelles

[+] Salles de masquage des produits

[+] Salles d'entretiens groupes, avec miroir sans tain, visioconférence, système video…

[+] Capacité de stockage sec, froid positif et négatif

[+] Prélèvement des échantillons sur toute la France

Quelques chiffres :

[+] Chaque jour, **500 personnes** se déplacent dans nos centres de test pour évaluer vos produits

[+] Plus de **150 produits** testés en home test par mois

[+] Près de 100 experts produit

«FULL-SERVICE SENSORY AND MARKETING STUDIES»

www.eurofins-marketing-research.com