

Toinen**phd**

Yhteisöjen hyödyntäminen

Esomar -aamiainen 22.10.2014

Jari Salmi



Pepsi: The Now Network



Jos halutaan luoda uusia innovatiivisia tuotteita, palveluja tai konsepteja, niin tavallisten kuluttajien tutkimisen sijasta pitää löytää ja hyödyntää ”ekstreme kuluttajia”

Pepsi: The Now Network



Jos halutaan luoda uusia innovatiivisia tuotteita, palveluja tai konsepteja, niin tavallisten kuluttajien tutkimisen sijasta pitää löytää ja hyödyntää ”ekstreeme kuluttajia”

Carrefour: Asiakasyhteisö

Carrefour
 Mieux avis te rend **GRATUIT.com**
 Commande par téléphone | Aide au consommateur
 Produits | Le consommateur

LA MARQUE | LA CUISINE | SANTÉ | LA MARQUE PROTECTO PLUS

Produits sortants de prix "Préférent par les consommateurs"

Produits à la vente (10)

Jus de fruits multifruit Le Fruit Joker

1.5
 Nouveau, Joker Le Fruit existe aussi en format familial 1.5L ! Découvrez vite ce délicieux jus de fruits à base de fruits 100% et sans sucres ajoutés dans une nouvelle bouteille à la forme unique, pratique à stocker et à manipuler. "Contient les sucres naturellement présents dans les fruits"

732 Commentaires vérifiés

Photos | Recettes | Vidéos

893 consommateurs ont noté ce produit

Notes attribuées:
 Excellent: 5 stars (22)
 Bon: 4 stars (402)
 Moyen: 3 stars (188)
 Mauvais: 2 stars (28)
 Très mauvais: 1 star (2)

Profils de consommateurs:
 Facile pour enfants | Facile sans effort | Colation

Produits similaires:
 Jus d'orange sans pulpe Le Fruit Joker
 Jus d'orange sans pulpe Javel Nécess

Asiakasyhteisöön liittyminen



Asiakasyhteisö:

- 320 000 jäsentä
- 106 kauppaa eri puolilla Ranskaa
- Sosiodemografinen jakauma



Ekosysteemin vaiheet



Todellinen ostokäyttäytyminen ja tuotekäyttö pyritään säilyttämään läpi koko prosessin

PRODUCT EVALUATION TAKES PLACE AFTER A REAL SHOPPING EXPERIENCE AND REAL HOME USAGE/CONSUMPTION



In respect of Market Research guidelines

Laadunvalvonta on huomioitu

FIGURE 2. NUMBER OF REDEEMED COUPONS PER VISIT

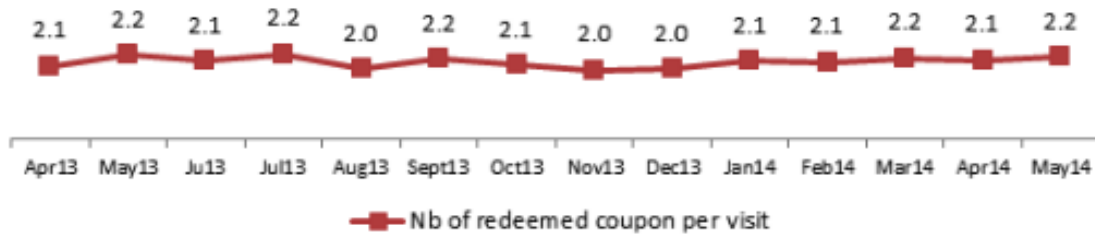
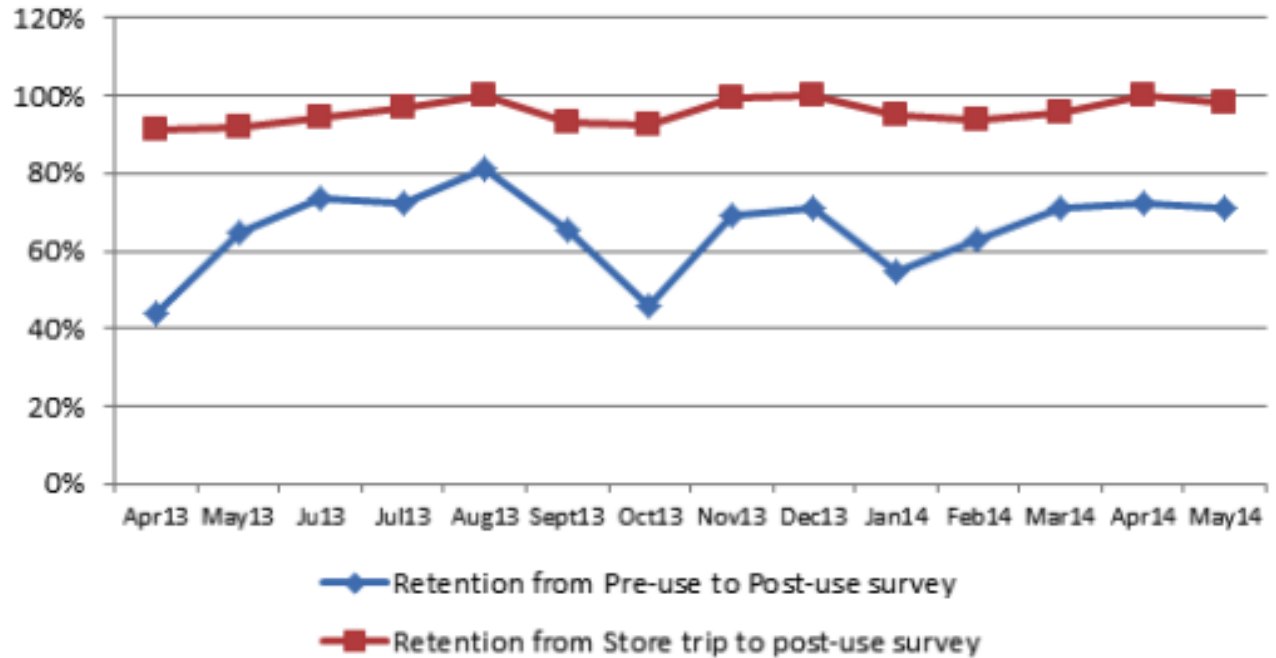


FIGURE 3. SHOPPING BASKET PER VISIT



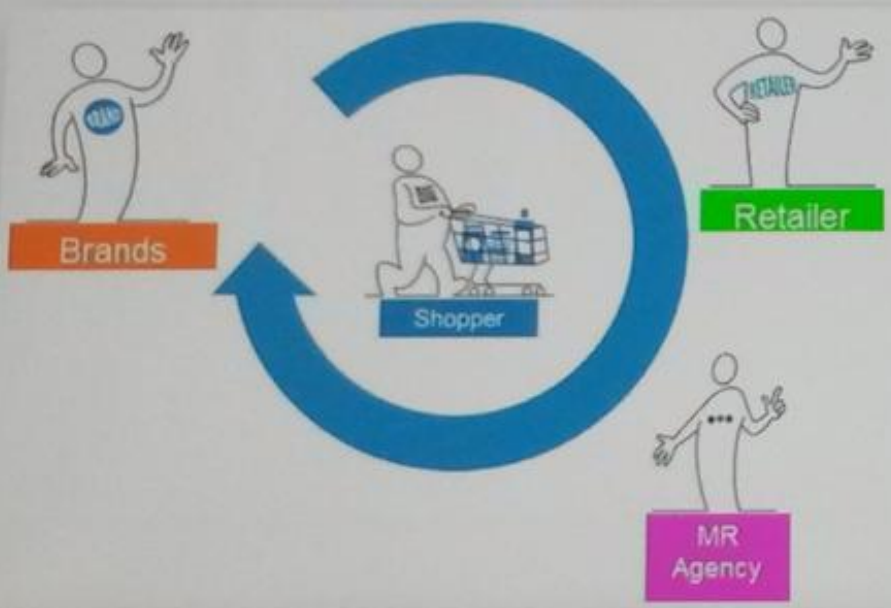
Laadunvalvonta on huomioitu

FIGURE 4. CONSUMER RESPONSE RATES




Kaikki osapuolet hyötyvät ekosysteemistä

OUR ECOSYSTEM IS BENEFITTING ALL PLAYERS IN DIFFERENT WAYS



- 320 000 yhteisön jäsentä
- 1 700 000 haastattelua
- 1 800 testattua tuotetta
- 400 brandia 200 kategoriasta


Yhteisönjäsenten hyödyt




THE CONSUMER/SHOPPER BENEFITS FROM:

Shopper Benefits

Free trial of products in exchange of their feedback

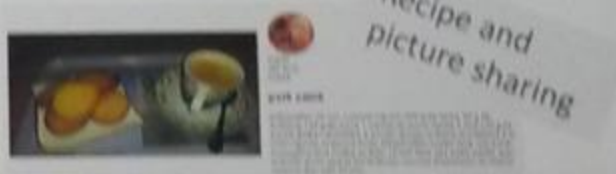



Access other consumers' evaluations on the products



Mon avis le rend **GRATUIT**.com

Their contribution to games and animations on a community via social media.



Recipe and picture sharing

Brändin/valmistajan hyödyt



Brands
Benefit

KEY PERFORMANCE AND PROFILING AVAILABLE AT THEIR FINGERTIPS

Performance Indicators:

112

PERFORMANCE

113

Purchase
Intent

107

Satisfaction

118

Preference

42

Awareness

0,97

Attraction

113

Noticeability

0

Price Sensitivity



And possibility to access further in-depth analyses

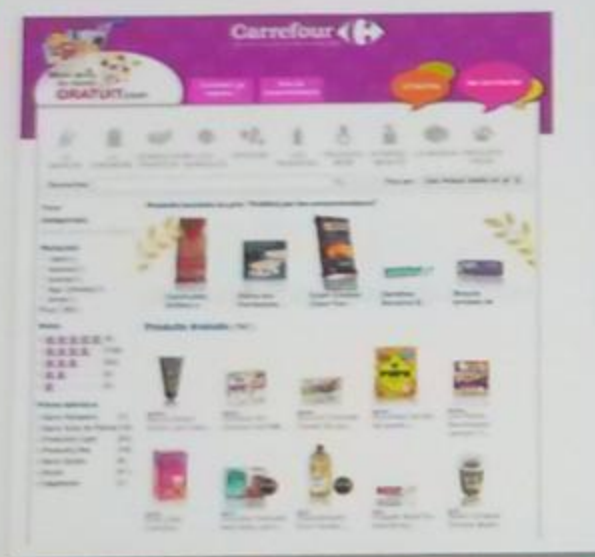


Brändin/valmistajan hyödyt



Brands
Benefit

IMMEDIATE NOTICEABILITY VIA OUR COMMUNITY OF
SHOPPERS & IN-STORE STOP-SIGNS ACTING AS A
PROMOTION



MonAvis Community



In-Store shelf sign

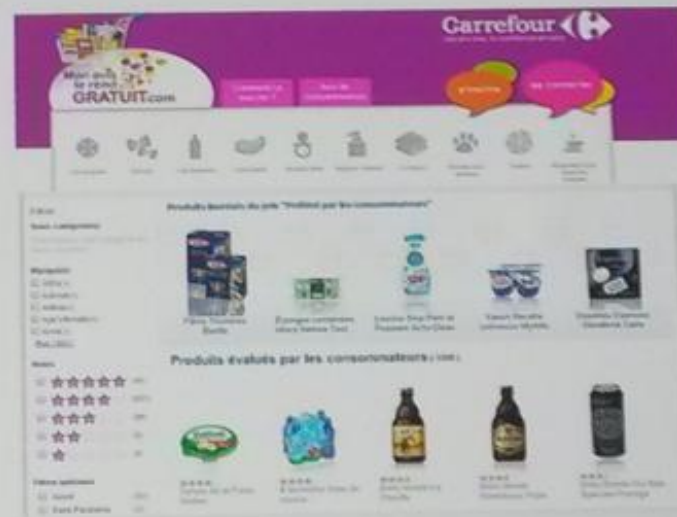


Brändin/valmistajan hyödyt



Brands
Benefit

AND SOCIAL ONLINE BUZZ THAT COULD FEED
THE BRAND SITE OR FACEBOOK PAGE



Kauppan hyödyt

THE RETAILER BENEFITS FROM:



Retailer
Benefits



Recruit and improve loyalty of the customers



Animate & engage customers via dynamic community
thus work on their brand image

Additional revenue through manufacturers



Markkinatutkimusyhtiön hyödyt



MR Agency
Benefits

THE MR AGENCY BENEFITS FROM:

Propose a unique system of post-launch evaluation with 1,500 sample size per product,
...With a unique and massive database of real in-market products.



Be in touch with almost all the FMCG manufacturers and sell additional MR analyses on the full mix of the innovation.



Markkinatutkimusyritys tuottaa lisäanalyysyjä

FIGURE 5. EXAMPLE OF THE DASHBOARD



Syväanalyysi tuotteesta:

- kohderyhmä
- oston esteet ja driverit
- pakkauksen, hinnan, näkyvyyden jne. optimointi

Markkinatutkimusyritys tuottaa lisäanalyysyjä

FIGURE 6. EXAMPLE OF ANALYSES

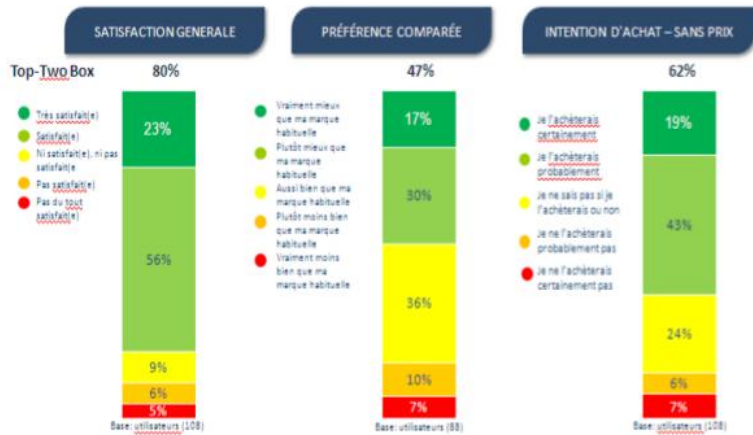


FIGURE 7. EXAMPLE OF ANALYSES

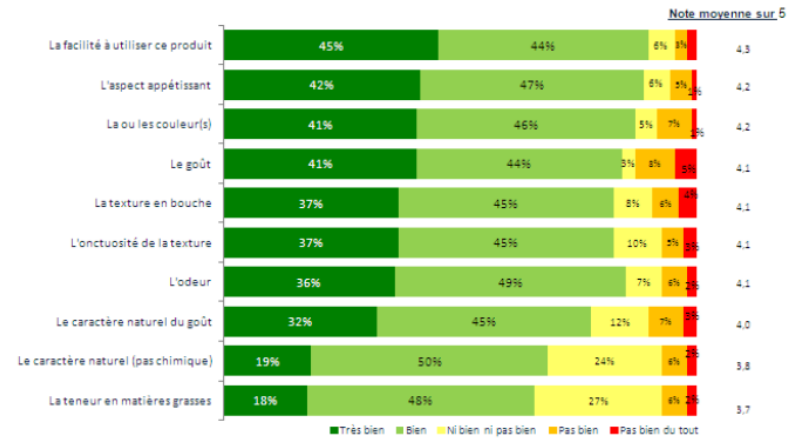


FIGURE 8. EXAMPLE OF ANALYSES

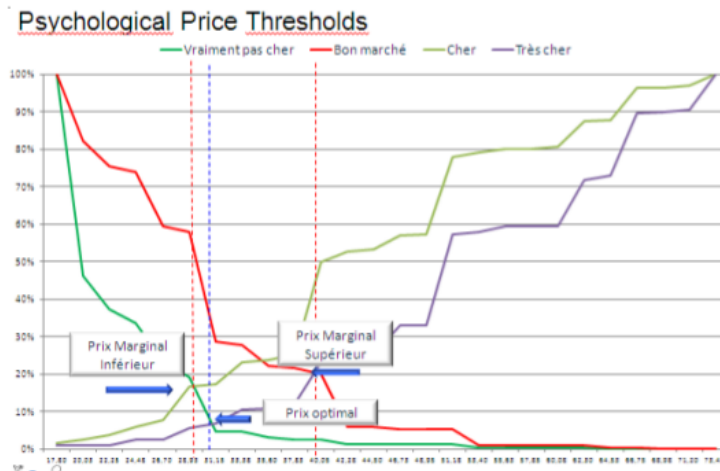
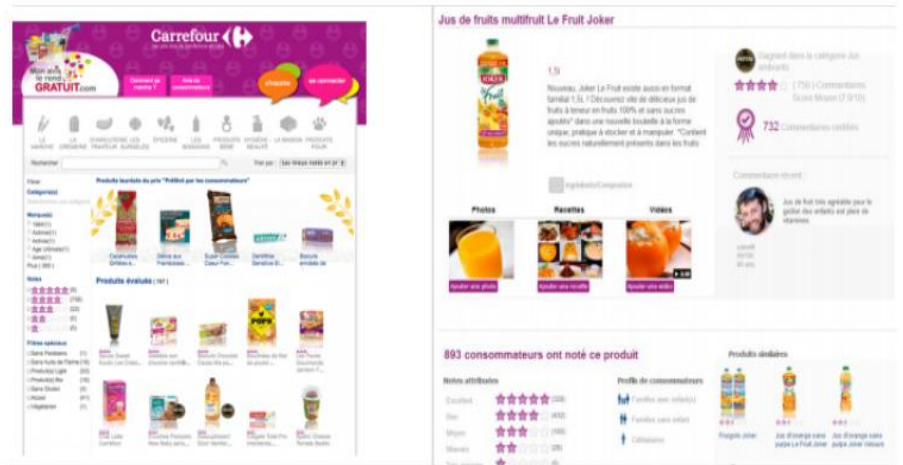


FIGURE 9. WEBSITE AND PRODUCT RATINGS



Kiinnostavia jatkokehitysmahdollisuuksia

EXCITING AND INSPIRING PERSPECTIVES OF FURTHER DEVELOPMENTS, SUCH AS....

Feeding the Brands' Facebook social content with comments from our highly engaged community to multiply the buzz effect

Price & Promotion Analysis

Chat with Consumers (post-research)

Category Understanding

Developing new MR offers based on our large and committed community

19