

L'atelier concept

Technique Qualitative

A grey L-shaped graphic element consisting of two thick bars meeting at a right angle, framing the text to its right.

***Démarche interactive
Client - consommateurs
d'optimisation de concept***

● ***La problématique des tests de concepts***

L'élaboration d'un nouveau concept et son optimisation afin de répondre exactement aux attentes d'une cible de consommateurs sont souvent un processus long et difficile. En effet, il faut définir pour le nouveau concept un positionnement précis répondant à une attente identifiée (un « consumer insight »), et l'exprimer d'une façon claire et facilement appropriable par le consommateur. On se heurte alors à différents écueils :

- les concepts rédigés se fondent sur une attente précise : est-on capable de l'exprimer suffisamment clairement pour que les consommateurs de la cible se reconnaissent dans cette formulation ?
- la promesse doit être rédigée avec un langage directement compréhensible par le consommateur, et non pas seulement par les « experts » du produit.
- il suffit souvent de changer un mot, une expression pour modifier complètement les réactions des consommateurs. Il s'agit donc d'une optimisation très précise de tous les mots du concept.
- les tests quantitatifs doivent être réalisés sur la base de concepts complètement finalisés, à un moment où de nombreuses options sont encore envisageables.

● ***Notre proposition méthodologique***

Le principe de base est une méthodologie qualitative interactive avec des allers et retours entre les réactions du consommateur et le travail de l'équipe client sur un temps réduit. Ceci permet, à partir d'une idée de base, d'approfondir, d'optimiser et de développer un concept finalisé et éventuellement certains éléments du mix (nom, caractéristiques du produit, présentation, pack ...).

Le concept de départ est ainsi amélioré, modifié et retravaillé en continu tout au long des réunions, afin d'obtenir au final un concept précis, finalisé au mot près, qui pourra être, par la suite, directement testé en quantitatif.

● **Déroulement de la démarche**

Une démarche qualitative interactive sur une journée :

- chaque concept est travaillé en monadique
- une journée complète par idée / concept
- chaque journée est structurée en **3 triades** (3 – 4 consommateurs) en alternance avec des **réunions clients** de re-formulation du concept et / ou d'injection de nouveau matériel (dessin, texte, pack...)
- les triades ont une **durée de 2 heures** afin de pouvoir à la fois travailler sur le positionnement des projets, mais également sur les éléments concrets du mix
- les triades sont **appariées par concept** sur les principaux critères socio-démographiques, puisqu'on ne peut pas introduire un élément de variabilité supplémentaire, en plus des changements du concept.

Description de la journée :

- **1^{ère} triade** : 10 h – 12 h (durée 2 h) : évaluation de la première formulation de l'idée / concept (V1) suivie par l'équipe client derrière la glace sans tain
- **réunion client** : 12 h – 13 h 30 : débriefing pour re-formulation et amélioration
- **2^{ème} triade** : 13 h 30 – 15 h 30 (durée 2 h) : évaluation du concept reformulé + comparaison à l'ancienne version (V1)
- **réunion client** : 15 h 30 – 16 h 30 : débriefing pour 2^{ème} reformulation – amélioration
- **3^{ème} triade** : 16 h 30 – 18h 30 (durée 2 h) : évaluation du concept reformulé + comparaison à la précédente version (V2)
- **réunion client** : 18 h 30 : débriefing de fin de journée / cahier des charges du nouveau concept

● **Recrutement**

Les participants aux triades sont sélectionnés selon des critères précis, avec des profils plutôt créatifs, ouverts, afin qu'ils s'expriment facilement.

Ces profils sont recrutés selon une grille d'items par exemple : sensibles aux nouveautés en général, vont souvent au restaurant / au cinéma / au théâtre, partent souvent en voyage, lisent régulièrement la presse quotidienne ou les magazines, s'intéressent aux nouvelles technologies (ordinateur, téléphone mobile, Internet...), participent aux activités d'un club de sport / d'une association, etc...