

## Multi-concepts

### *Technique Qualitative*

*Séminaire interactif de screening  
et d'optimisation de concepts*

#### ● **La problématique**

Il arrive fréquemment que l'équipe marketing dispose d'un grand nombre de concepts, alors même qu'aucun d'entre eux n'a été retravaillé suffisamment pour faire l'objet d'un test quantitatif.

Il s'agit à la fois de faire une première sélection des concepts le plus prometteurs, et de travailler en profondeur les concepts sélectionnés afin de les optimiser.

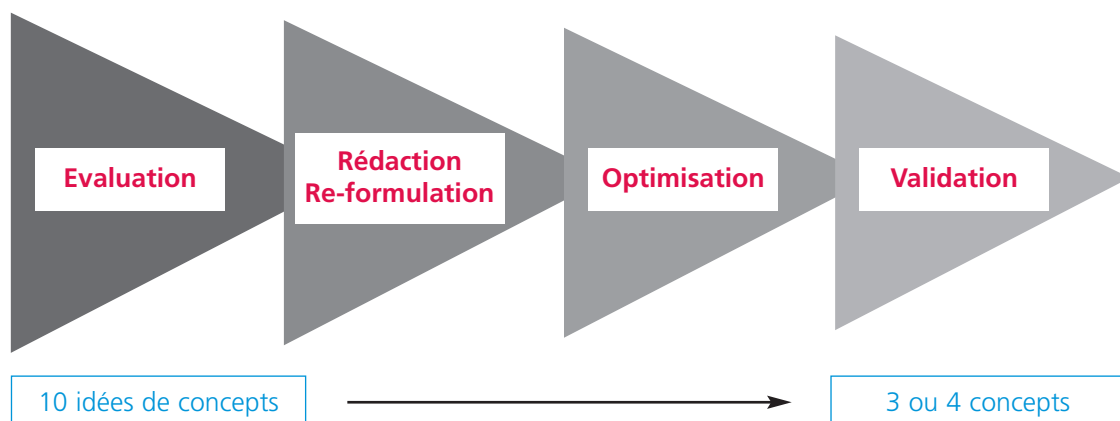
#### ● **Notre proposition méthodologique**

Une méthodologie interactive permettant de développer des concepts à l'aide de trois acteurs :

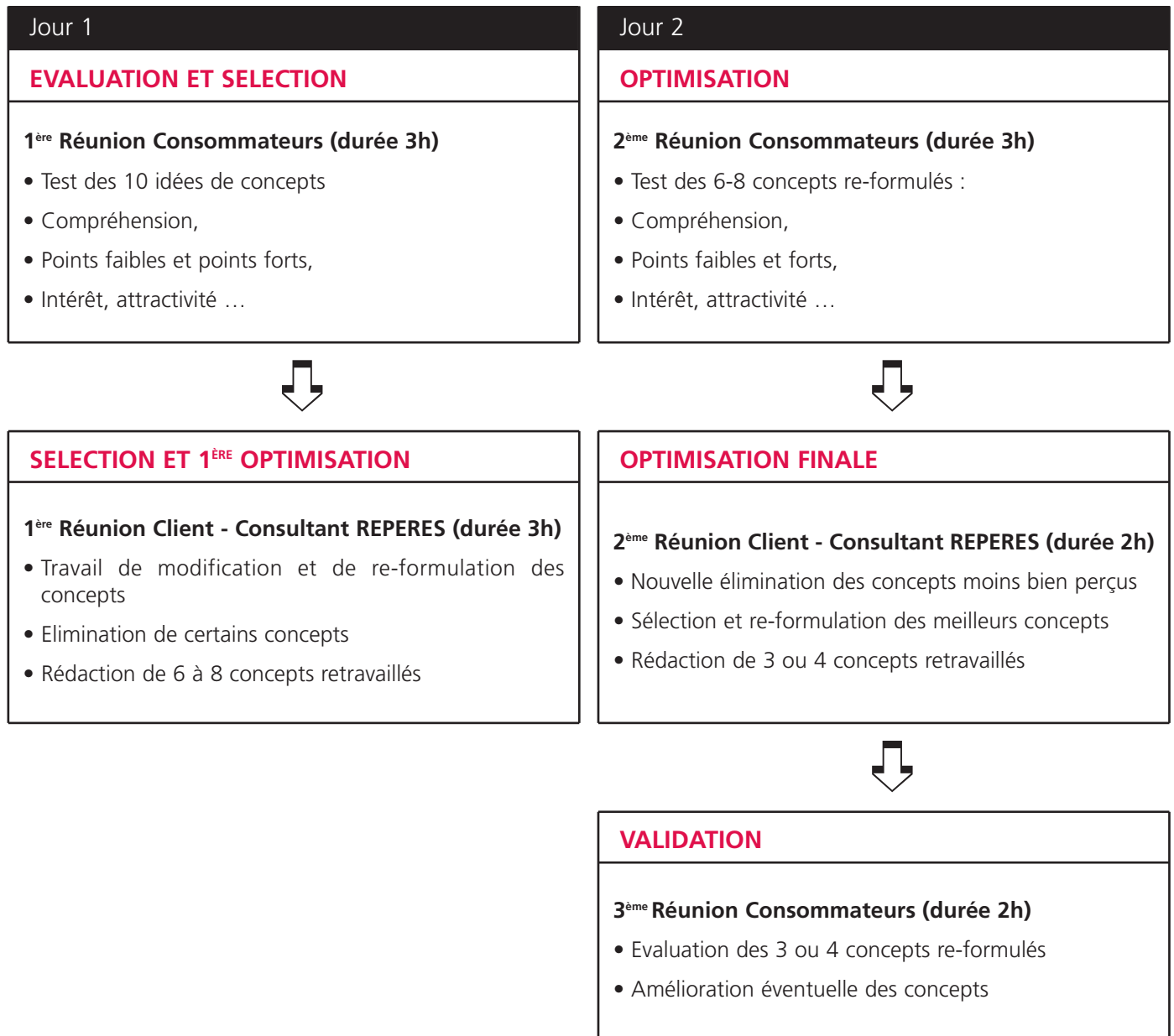
- Le consommateur, à travers ses réactions aux concepts proposés
- Le client, témoin direct des réactions des consommateurs (équipe marketing, R et D, communication)
- Le consultant REPERES qui, par son regard analytique, permet de comprendre les réactions des consommateurs, sans s'en tenir à une écoute au premier degré

avec une mise en commun des compétences, connaissances et des points de vue.

Consommateur – Client – Consultant REPERES – Consommateur – Client – Consultant REPERES – Consommateur – Client



## ● Déroulement du séminaire



## ● Les résultats

Cette procédure permet de dégager les concepts les plus prometteurs, de les affiner et de les retravailler en continu, en allant parfois bien au-delà des idées initiales.

En définitive, vous obtenez des concepts précis, finalisés au mot près, qui pourront être, par la suite, directement testés en quantitatif. Cette technique est en outre extrêmement rapide, et vous permet, en 2 ou 3 jours, d'apporter des réponses efficaces à votre problématique de développement de produit ou service.