

Quali Use Test - **Enfant**

Technique Qualitative

Exemples de secteurs d'activité concernés :

- **Alimentaire**
- **Boissons**
- **Jeux et jouets**
- **Presse**
- **Multimédia**
- ...

● **La problématique des tests de produits auprès d'enfants**

L'objectif essentiel d'un test de produit est d'obtenir des consommateurs leur appréciation et leurs raisons d'adhésion et de rejet, et ce à 2 niveaux :

- immédiatement, lors de la prise de contact avec le produit (identification du pouvoir d'attractivité du produit),
- dans le temps, à l'usage ou à la consommation (identification des éléments de fidélisation ou de conversion).

Le public enfant est un public particulièrement difficile, qui nécessite des techniques d'investigation spécifique.

● **Notre proposition méthodologique**

De façon à obtenir une information fiable, exhaustive et riche, nous proposons une technique qualitative en 3 phases successives, en réponse à la logique psychologique et comportementale de :

1. En dehors de son contexte habituel (maison, famille), l'enfant est vite déstabilisé. Réalisée en institut, la 1^{ère} mise en contact avec le produit ne s'effectuerait donc pas dans des conditions optimales de test :
 - *Manipulation timide, hasardeuse, ...*
 - *Dégustation non spontanée, sous regard d'adulte, auto-normée, ...*

➔ **Quali Use Test - Enfant propose une 1^{ère} phase de découverte du produit à domicile**, pour placer l'enfant dans son contexte habituel et ainsi optimiser sa capacité de jugement (*phase 1*).
2. Lorsque l'enfant découvre un produit pour la première fois, il ne possède pas de réf besoin de disposer de temps pour se l'approprier à son rythme et selon ses envies.
 - *Un timing imposé le forcerait à faire des choix, le paniquerait, ...*

➔ **Quali Use Test - Enfant propose ensuite une phase d'appropriation du produit, pendant 1 semaine**, pour permettre à l'enfant d'utiliser ou de consommer le produit selon (*phase 2*).
3. Lorsqu'on lui demande son avis, l'enfant se met « en situation d'examen », surtout seul face à un adulte : il a le sentiment d'être jugé à travers ses réponses.
 - *Critique difficile, peur de donner « une mauvaise réponse », ...*
 - *Créativité limitée, auto-censure, ...*

➔ **Quali Use Test - Enfant propose une dernière phase en mini-groupe** (atelier créatif) pour permettre à l'enfant de faire un retour d'expérience, d'échanger et de profiter de l'émulation d'autres enfants pour enrichir sa réflexion et développer sa créativité (*phase 3*).

Phase 1	Phase 2	Phase 3
A DOMICILE		EN INSTITUT
Découverte du produit	Temps d'appropriation du produit	Restitution et échange
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dépôt du produit à domicile. ▪ Interview semi-directive rapide de 30 mn : <ul style="list-style-type: none"> . observation, . réactions à chaud lorsque l'enfant découvre le produit. ▪ Remise d'une grille d'observation pré-formatée à la mère. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'enfant utilise/consomme le produit pendant 1 semaine, à son rythme et selon ses envies. ▪ La mère observe, note les questions et remarques de l'enfant sur la grille d'observation pré-formatée et la renvoie à l'institut en fin de test. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ateliers créatifs de 2 h 30 comprenant chacun 6 enfants ayant participé aux phases 1 et 2. ▪ En option : <ul style="list-style-type: none"> . ateliers créatifs des mères, . et en fin d'atelier, recours à la <i>technique miroir</i> » qui consiste à réunir mères et enfants et à confronter en direct leur opinion.



Analyser la 1^{ère} prise de contact de l'enfant avec le produit.



Comprendre en profondeur les forces et faiblesses du produit.



**Approfondir les raisons et freins à l'usage/consommation du produit.
Identifier les axes d'amélioration et les leviers d'action.**

● Infrastructure et logistique

- Salles spécialement équipées pour un public enfant (coussins, poufs, ...).
- Réseau de psychosociologues spécialisés sur le public des enfants dans toute la France.
- Recrutement en interne (fichier informatisé).

● Savoir-faire

- 8 années d'expérience et de pratique des études auprès d'un public enfant.
- « Veille » actualisée sur le marché des enfants.
- Autres techniques développées auprès d'une cible enfant :
 - *le duo* : interview simultanée de 2 enfants par un psychosociologue (technique particulièrement adaptée à l'étude exploratoire),
 - *le shopping* : accompagnement d'un enfant en magasin et mise en situation

Pour plus de renseignements, contacter :

Véronique AUVRAY
 Chef de groupe d'Etudes Qualitatives
 vay@reperes.net
 REPERES **Enfant**