



BehaviorScan les innovations 2010



Poitiers

la 3^{ème} ville test
en condition réelle
de MarketingScan





Pourquoi Poitiers ?

- » Une ville de **taille importante**
- » Une bonne **représentativité** naturelle qui en fait un témoin de l'ensemble de la population française en matière de consommation
- » Une **absence d'évasion** d'achats
- » La présence **d'enseignes variées** et représentatives de la grande distribution
- » Un paysage **media** complet



Sécuriser les prises de décisions de nos clients, avec les mêmes critères d'exigence qu'Angers et Le Mans



Le dispositif MarketingScan à Poitiers

panel Distributeurs



9 magasins

- 42 440 m² de surface commerciale couverts
- Hypers / Supers / Hard Discount

panel Consommateurs



3 000 foyers

- représentatifs des ménages français
- suivi des comportements d'achat

Un soutien logistique



pour livrer les magasins en produits test

Une équipe terrain



pour mettre en place et gérer les tests avec les magasins

**Une nouvelle approche de
l'analyse**

consommateurs





Consumer+

pas de contraintes d'effectifs

Auchan



50 000 à 110 000 clients
porteurs de carte par zone test



Identifier vos leviers d'action via l'analyse +
approfondie des comportements d'achat

- » y compris sur des tests de courtes périodes
- » et sur des produits à faible pénétration



BehaviorScan Opinion

interroge vos consommateurs

Vos consommateurs ont la parole



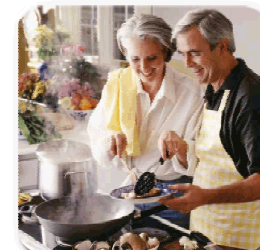
- Pourquoi n'ont-ils pas réacheté le produit ?
- Qui, au sein du foyer, a consommé le produit ?
- Comment le produit a t-il été consommé, cuisiné, utilisé ?
- etc.



BehaviorScan Opinion

interroge vos consommateurs

C'est simple,



MarketingScan :

- Sélectionne les clients à interroger **sur la base de leurs achats réels** : essayeurs, réacheteurs ...
- Administre le questionnaire et analyse les réponses à votre problématique

4 chaines de plus dans notre dispositif TV



19 chaînes TV désormais disponibles sur Angers

- » Pour tester des plans représentatifs du paysage TV national



Part d'Audience des chaînes de la TNT = 19.7 %*

Part d'Audience des chaînes de la TNT couvertes par MarketingScan = 15 %*