

## Communiqué de presse

Janvier 2019

# MarketingScan et iligo poursuivent leur partenariat avec le lancement de Shopper Impact, une mesure de perception produit en situation réelle d'achat

---



Trois ans après le lancement de PackImpact, MarketingScan, société d'études experte des tests en conditions réelles, et iligo, agence spécialisée dans l'étude des comportements shoppers, poursuivent leur association avec une solution tout aussi novatrice de test de recueil de la perception du shopper en point de vente : Shopper Impact.

Cette solution Shopper Impact permet de mesurer rapidement l'efficacité des drivers d'une marque en linéaire, d'identifier ses forces et faiblesses par rapport à sa catégorie/ses concurrents et son impact sur les consommateurs en s'appuyant sur le même parti pris méthodologique fort et inédit : réaliser cette mesure en situation réelle d'achat.

- Dans de vrais magasins
- Sur le lieu même de l'acte d'achat
- Au moment de vérité de la prise de décision d'achat
- Après de vrais consommateurs et acheteurs de la catégorie

Cette nouvelle solution vient enrichir l'offre de tests déjà existante de MarketingScan en apportant un éclairage sur la perception et les motivations du shopper, très complémentaire à l'impact sur les ventes en magasin d'un test de potentiel ou de packaging réalisé à l'échelle de zones test représentatives :

- Lancé au tout début d'un test MarketingScan, un volet Shopper Impact permet de gagner un temps précieux.
- Déclenché à l'issue du test produit, il permet d'expliquer les raisons de performances insuffisantes.

Shopper Impact peut également être souscrit indépendamment d'un test MarketingScan dans le cadre d'un diagnostic d'un produit déjà existant sur le marché.

Shopper Impact permet ainsi de valider selon les problématiques des marques si le concept du produit est bien compris des consommateurs, si sa projection d'usage est claire, si sa différenciation par rapport aux concurrents est identifiée, son apport à la catégorie, si sa position dans le rayon est logique, ses optimisations éventuelles...

**Un outil d'aide à la décision flexible et réactif qui offre aux marques la possibilité d'interroger le shopper dans des conditions réelles parfaitement maîtrisées !**

Les équipes terrain expertes de MarketingScan se chargent de sélectionner les magasins les plus pertinents et de garantir les conditions de réalisation des enquêtes en magasins selon le cahier des charges défini : nbre de facings, emplacement en rayon, promotion, etc.)

*« Notre conviction est qu'être au plus près du moment d'achat, en situation d'engagement d'une dépense avec son propre argent et pour sa propre consommation, est clé dans une mesure faite auprès du shopper. »* résume Olivier Goulet, Président d'iligo.

*« Nos clients attendent des solutions toujours plus agiles qui apportent un éclairage sur le Why ? pour expliquer le How ? Shopper Impact s'inscrit parfaitement dans cette logique d'apporter toujours plus de valeur ajoutée dans un délai court. Nos clients peuvent désormais enrichir leur test MarketingScan d'un éclairage sur les motivations et freins à l'achat »* complète Fabien Vital, Directeur Commercial & Communication de MarketingScan.

### **La solution Shopper Impact vous intéresse ?**

N'hésitez pas à nous contacter : [fabienvital@marketingscan.com](mailto:fabienvital@marketingscan.com) au 06 27 77 34 32 ou [celine.pasquier@iligo.fr](mailto:celine.pasquier@iligo.fr) au 01 85 09 09 31.

Rendez-vous également sur notre site internet : [www.marketingscan.fr](http://www.marketingscan.fr) et [www.iligo.fr](http://www.iligo.fr)

## A propos de MarketingScan

MarketingScan, société spécialisée dans la grande consommation, accompagne les industriels, les distributeurs, les agences media et les régies publicitaires dans l'aide à la décision fondée sur les données de consommation et de vente.

Son expertise porte sur deux domaines clefs : le test produit (innovation, packaging) et la mesure d'efficacité des actions marketing (mix media, merchandising, promotion), en situation naturelle de distribution et d'acte d'achat.

MarketingScan s'appuie sur des sources de données et des dispositifs uniques et complémentaires :

- Son panel single source media/conso déployé sur 3 agglomérations représentatives de la consommation française.
- Les données de ventes des Hypers et Supers de ces mêmes zones de chalandise couvrant près de 600 000 habitants.
- Les données nationales des 16 millions de cartes de fidélité des clients Auchan, Système U et Cora.
- Capacité technique à modifier un plan TV dans 1 ou 2 zones tests afin de procéder à des sous ou sur-pressions TV et mesurer l'impact de nouvelles stratégies d'allocations.

MarketingScan dispose ainsi de solutions uniques de tests et de mesures, ancrées dans le réel, permettant de valider chaque étape de la vie des produits.

Créée en 1994, MarketingScan est détenue à 50/50 par Médiamétrie, leader de la mesure d'audience en France, et GfK, 4<sup>ème</sup> groupe mondial des études de marché.

Pour plus d'informations, visitez notre site web : <http://www.marketingscan.fr>

Facebook : <http://www.facebook.com/MarketingScanFr>

Twitter : <http://www.twitter.com/#!/MarketingScanFr>

LinkedIn : <http://www.linkedin.com/company/2770881>

## A propos d'iligo

iligo est une agence d'études et de conseil spécialisée dans la mesure de l'ensemble des leviers marketing et dans la connaissance des comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies.

Les domaines d'expertise d'iligo sont :

- Parcours d'achat (expérience de marque, points de contact)
- Optimisation des parcours consommateurs en point de vente (physique ou digital)
- Mesure de l'efficacité des points de contact média et hors media
- Mesure de l'efficacité des points de contact digitaux
- Test d'innovation, de développement produit et packaging
- Identification des drivers de choix, Trade Off

- Compréhension des attentes et des comportements
- Mesure de la satisfaction

iligo est particulièrement reconnue dans le domaine de l'**innovation**.

- Seule agence d'études présente dans le classement des **500 premières entreprises de la Tech française** (source : Frenchweb éditions 2017, 2018)
- Agence d'étude **la plus primée** lors des Trophées Etudes & Innovations 2016, 2017, 2018 notamment pour des protocoles avec Google, Twitter, Publicis, etc... (source : Offre Media/Syntec Etudes)

Pour en savoir plus, visitez notre site web : <http://www.iligo.fr/>

Facebook : <https://www.facebook.com/iligo/>

Twitter : [https://twitter.com/iligo\\_research](https://twitter.com/iligo_research)

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/iligo>