



Le 21 juillet prochain La Génération Y et le parfum

Présentation d'un projet d'étude en souscription pour comprendre
les consommateurs de la génération Y dans le parfum.

Quelle est leur relation au parfum, aux marques, qu'aiment-ils,
pourquoi et comment prennent-ils leurs décisions?

Une approche innovante qui part de l'expérience individuelle
et modélise les comportements générationnels.

«Les trajectoires développementales»

Qui allie les avancées de la recherche en psychologie et en statistiques.

Pour aboutir à des résultats au caractère prédictif et à
une typologie des comportements inspirante pour le marketing.

Par Stéphanie Peltier-de Chalvron

Docteur en psychologie cognitive et
experte en mathématiques appliquées
aux facteurs humains

Avec Marielle Belin

Dirigeante de la marque & la manière
Experte du marketing dans le parfum

Petit déjeuner 8h30-10h
Accueil à partir de 8h

2 horaires possibles

Afterwork 19h-20h30
Accueil à partir de 18h30

Rendez-vous à l'IME
8, rue Lamartine 75009 Paris

R.S.V.P avant le 10 juillet

Contact : marielle.belin@gmail.com 06 08 96 56 76

FICHE TECHNIQUE

PROJET D'ÉTUDE EN SOUSCRIPTION

LA GÉNÉRATION Y ET LE PARFUM

OBJECTIFS

- Comprendre la GÉNÉRATION Y dans sa relation au parfum
- Identifier et comprendre ce qui fonde sa satisfaction, sa fidélité aux marques et aux parfums, sa fréquence d'achat.
- Avoir des outils d'aide à la décision marketing et commerciale et à la création produit.

MÉTHODOLOGIE

DES TECHNIQUES STATISTIQUES AVANCÉES : «LES TRAJECTOIRES DÉVELOPPEMENTALES»

Étude quantitative en 2 phases, marché France

PHASE 1

Echantillon de personnes interrogées : 1000

Critères socio-démographiques

60% femmes 40% hommes

50% urbains, 50% ruraux (-1 de 10 000ha)

35% cadres et cadres sup

Âge : 18-20 :5%, 21-30 :25%, 31-40 :20%,

41-50: 20%, 51-60 :15%, 61-70: 10%, 71-80: 5%

RÉSULTATS PHASE 1

- Identifier l'importance de chacun des éléments du mix parfum
- Identifier les facteurs psychologiques déterminants dans la satisfaction client

PHASE 2

Etude longitudinale de 4 vagues du même questionnaire sur 4 mois auprès des mêmes personnes.

Echantillon de personnes interrogées : 2000 au départ pour un échantillon final de 1000.

Mêmes critères socio-démographiques que la phase 1

RÉSULTATS PHASE 2

- Détermination de la typologie des comportements dans le parfum
- Détermination des mix parfum correspondant aux différents comportements
- Identification du/des comportement(s) parfum de la GÉNÉRATION Y ainsi que de leur(s) spécificité(s) et/ ou points communs avec d'autres générations
- Identification des facteurs prédictifs des comportements parfums, incluant l'âge.

PLANNING

CLÔTURE DE LA SOUSCRIPTION : FIN SEPTEMBRE 2016

Départ de l'étude : octobre 2016

Résultats phase 1 : janvier 2017

Résultats phase 2 : fin 2017

BUDGET

COÛT DE L'ÉTUDE : 25 000€ HT

12 000 € PHASE 1

13 000 € PHASE 2

PRÉSENTATION LE 21 JUILLET

R.S.V.P.
avant le 10 juillet
marielle.belin@gmail.com
06 0896 56 76

HORAIRES
PETIT DÉJEUNER
8H30-10H, ACCUEIL À PARTIR DE 8H
OU
AFTERWORK
19H-20H30, ACCUEIL À PARTIR DE 18H30

Lieu : IME
8, rue Lamartine,
75009 Paris