

1 ÉTUDE DE CAS UN



Secteur : Construction
Service(s) : Face-à-face, Étude qualitative
Approche(s) : Marque et Publicité, B2B

Le Projet

Saint-Gobain Glass a mandaté DJS Research pour mener une étude sur son produit, le Planitherm.

L'objectif principal de ce projet était de comprendre la perception du marché quant au produit, comment le positionner au mieux et mettre en valeur la proposition dans son ensemble.

Une des composantes de ce projet continu nécessitait la mise en place d'un test publicité.

L'Approche

Des concepts publicitaires ont été conçus et testés qualitativement auprès de répondants du nord et du sud de l'Angleterre.

19 entretiens approfondis ont été menés, 10 dans le sud et 9 dans le nord. Les entretiens duraient 20-25 minutes. Tous les répondants avaient récemment installé du double-vitrage ou envisageaient de le faire à court terme.

Les répondants ont discuté trois séries de publicités et ont été interrogés sur :

- La capacité de la publicité à attirer l'attention
- La clarté des messages des publicités
- Les qualités différenciatrices des publicités
- L'à-propos des publicités
- Les qualités motivantes des publicités

Les Résultats

DJS Research a présenté à Saint-Gobain Glass des conclusions et recommandations claires sur quelle publicité était la plus efficace, quelles images et quel langage utiliser.

NOS COORDONNÉES :

Contactez-nous au +44 1663 767 857 ou par email à atg@djsresearch.com.
Visitez nos sites etudesmarketingangleterre.fr et djsresearch.co.uk