

# Le rôle du consommateur dans le développement de nouveaux produits et services

## Printemps des études 2017

---

Nathalie Perrio-Combeaux, Co-Présidente, [ncombeaux@harrisinteractive.fr](mailto:ncombeaux@harrisinteractive.fr)

Renaud ROUFFIAC, Directeur de Clientèle, [rrouffiac@harrisinteractive.fr](mailto:rrouffiac@harrisinteractive.fr), +33(0)1 44 87 60 52

Live tweet : #PrintempsEtudes

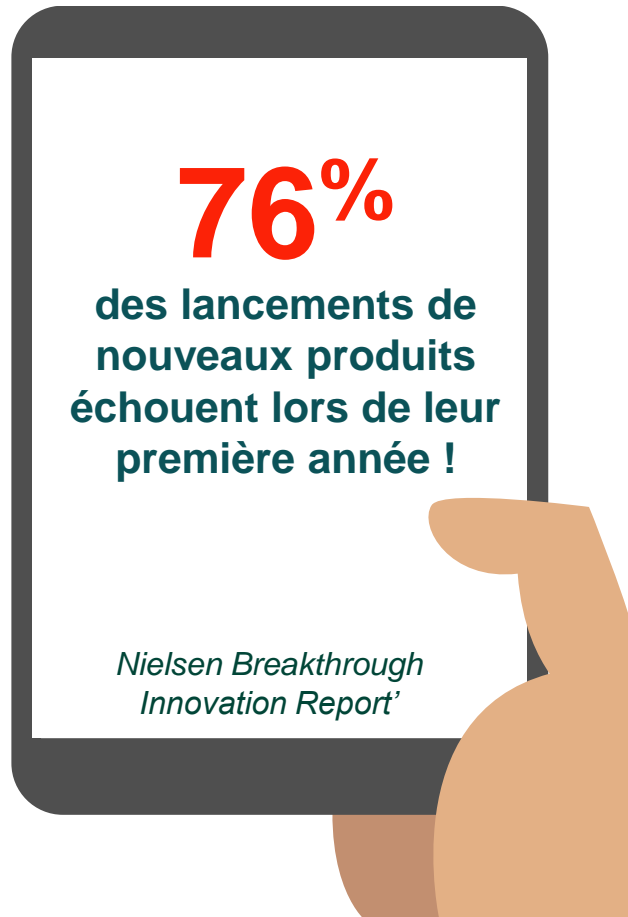
@harrisint\_fr

@NPerrioCombeaux

## Toujours plus de lancements malgré un constat peu rassurant ....

**3 000** c'est environ le nombre de nouveaux produits alimentaires lancés en France chaque année

*Source : SIAL*



# Des raisons d'échecs multiples

## Produit / Service



- *Ne tient pas ses promesses,*
- *Ne répond pas à un besoin,*
- *N'est pas différenciant,*
- *A un défaut...*

## Marketing Mix



- *Mauvaise communication,*
- *Distribution hasardeuse,*
- *Positionnement prix,*
- *Inadéquation marque/segment...*

**76%**

**des lancements de nouveaux produits échouent lors de leur première année !**

## Marché

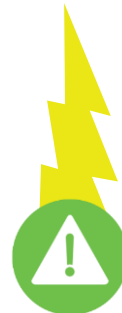


- *Concurrence accrue,*
- *Rupture d'usage,*
- *Changement de législation...*

## Interne



- *Contraintes budgétaires,*
- *Contraintes de planning,*
- *Service études inexistant...*



## Consommateur

- *Irrationnel, Complexe...*



# 6 bonnes raisons de ne pas écouter les consommateurs ...

**Peu inventifs**



*« Les consommateurs ne se projettent pas, ils ne savent pas ce qu'ils veulent »*

**Peu fiables**



*« Les consommateurs sont irrationnels, ne font pas ce qu'ils disent »*

**Trop de données**



*« Nous avons déjà pléthore de data disponibles »*

**Culture d'entreprise**



*« Les ingénieurs conçoivent et les commerciaux vendent »*

**Manque de temps**



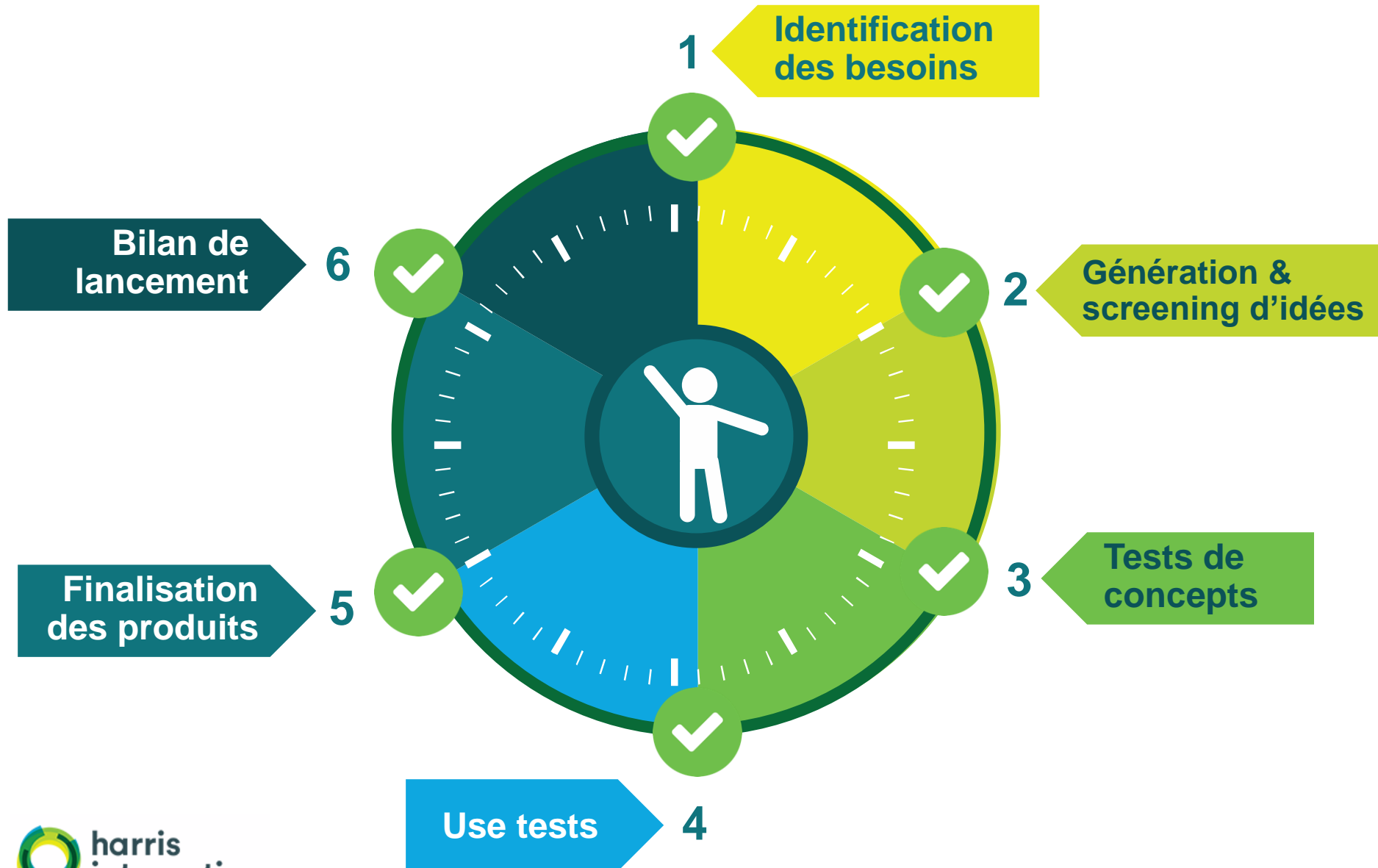
*« Nous n'avons pas le temps, il faut aller vite »*

**Manque de moyens**



*« Nous n'avons pas assez de budget pour tout tester »*

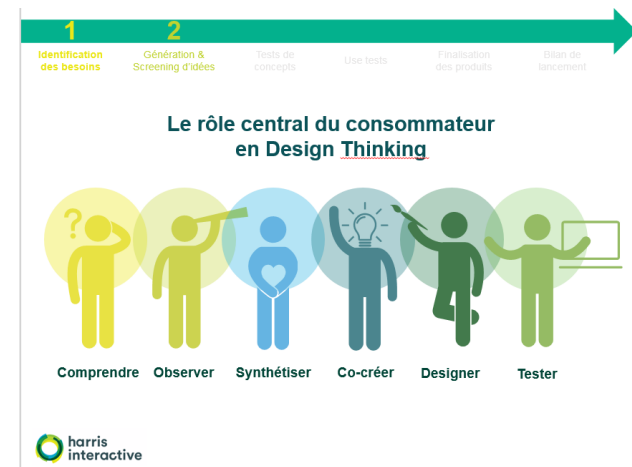
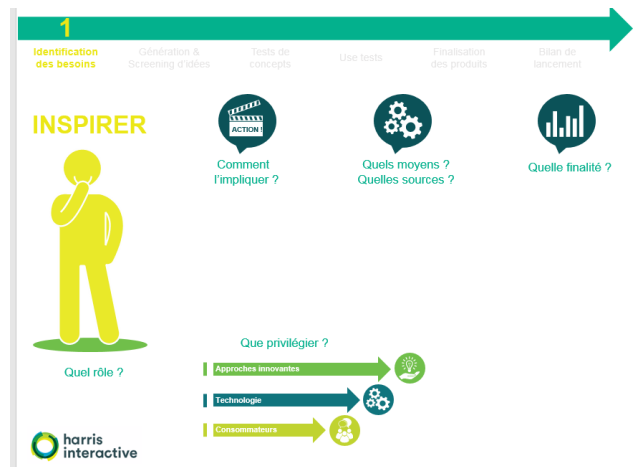
# Les grandes étapes de développement de nouveaux produits ou services



# Et quel rôle pour le consommateur ?

Dans le cadre d'un rdv, les équipes Harris Interactive pourrons vous présenter:

- ➔ Nos recommandations méthodologiques et approches pour les 6 grandes étapes,
- ➔ Le rôle central du consommateur en Design Thinking,
- ➔ Des exemples d'études réalisées,
- ➔ Nos outils agiles et compétitifs : Harris 24, Concept Express et Harris Communities



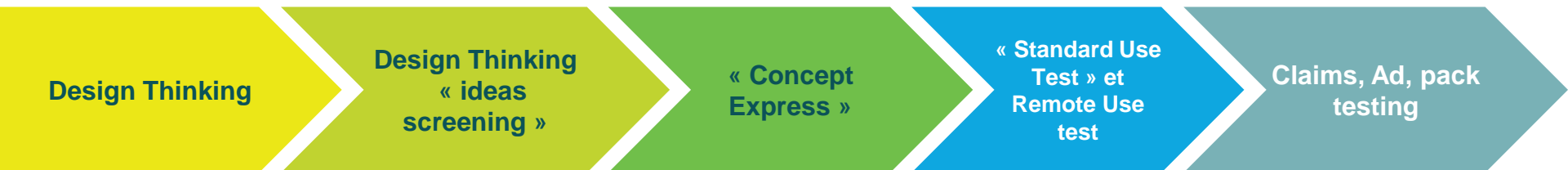
Dans le cadre de ces 6 étapes clés Harris Interactive peut vous accompagner pour :



La mise en place de **dispositifs ad-hoc** sur chaque étape :



La réalisation de certaines étapes via ses **outils normés et automatisés** afin d'optimiser les budgets et délais :




# Et dans la constitution d'une communauté !

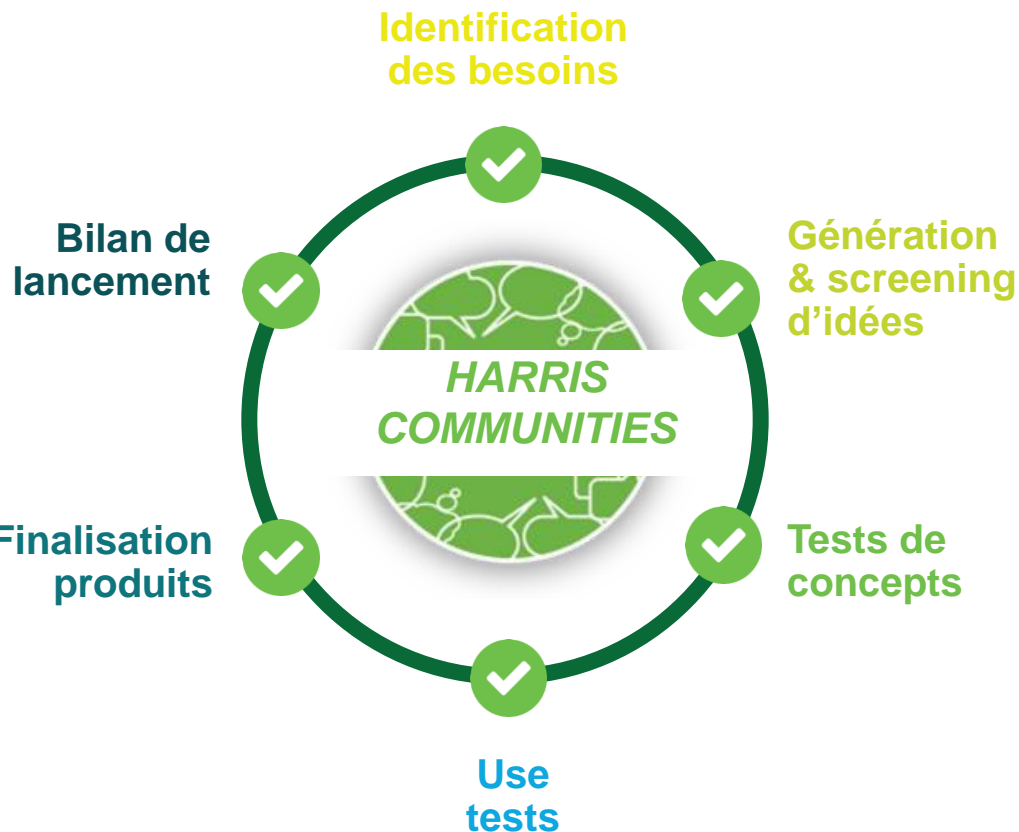
 Faciliter un **dialogue continu** avec les consommateurs

 **Co-créer**

 Bénéficier de **feedbacks rapides** mais également d'un **suivi longitudinal**

 **Tester à volonté** des idées, concepts, packs produits

 Augmenter l'**impact** des équipes études et le **ROI**







Pour plus d'information

---

**Harris Interactive**

[info@harrisinteractive.fr](mailto:info@harrisinteractive.fr) - 01 44 87 60 30

---

39, rue Crozatier – 75012 PARIS – [www.harris-interactive.fr](http://www.harris-interactive.fr)



ahead of what's next