

Trophées Marketing Magazine 2019 : Le Bronze pour Harris Interactive et son client L'Oréal DPGP France

A l'occasion de la 15ème édition des Trophées Marketing, Harris Interactive et son client L'Oréal DPGP France ont reçu Le bronze dans la catégorie **Études** pour le projet :

« Plateforme digitale complète et unique sur le marché du parfum »



Les **objectifs du projet** étaient très ambitieux et multiples :

- Réaliser une **étude de profiling** des utilisateurs, quantification de la notoriété construite, décryptage des usages des marques, recueil des attentes des utilisateurs, identification et évaluation des touchpoints ...
 - Délivrer in fine un **outil « agile et digital »** permettant aux équipes de disposer d'une **interface de datavisualisation enrichie de dashboards** permettant de générer **automatiquement** des graphiques, alimenter des tableaux dynamiques et des infographies.
- ⇒ L'enjeu principal était d'**aller au-delà des livrables traditionnels** et de **combiner une multitude d'outils digitaux sur une interface unique.**

Pour cela, Harris Interactive a donc réalisé une **étude quantitative de profiling** auprès d'un échantillon particulièrement robuste :

10 451 interviews (5 238 femmes + 5 213 hommes)

7 232 utilisateurs de parfum

Afin de :

- Déterminer un profil National Représentatif des utilisateurs de chacune des marques L'Oréal et des marques concurrentes
- Faire émerger les **attentes** et quantifier les **touchpoints** d'utilisateurs de parfum avec des lectures fines : global marché, par segments de produits, par marque.
- Mesurer la performance des marques **de la notoriété à la considération de marque**

Avec une **interrogation dès l'âge de 12 ans** via un questionnaire adapté et formaté pour chaque cible.

Harris interactive a ensuite développé et mis à disposition des équipes L'Oréal **une plateforme unique et agile dédiée**, avec :

- Une interface multi-access ergonomique
- Un sommaire interactif et des bulles infos
- Des rapports implémentés et réinitialisés à volonté
- Des résultats dynamiques thématiques partageables
- L'accès à des infographies dédiées
- Un tableur croiseur pour consulter, croiser, filtrer les résultats à volonté en temps réel

Harris interactive a également proposé des **sessions de formation** pour permettre aux équipes L'Oréal de s'approprier à la fois les insights et l'interface digitale.

L'étude a permis aux équipes Consumer Insights et aux différentes équipes marketing de L'Oréal d'avoir un point à date **très précis sur la connaissance, les usages et attentes** des utilisateurs de parfums en GMS leur permettant de **dessiner les offres de demain**. Et donc **d'identifier de nouvelles opportunités et axes de développement**.

Cette interface puissante et unique de reporting et dashboarding online permet également aux équipes Consumer Insights et Marketing d'**être totalement autonomes** dans l'accès à l'information. Le **gain de temps est énorme** pour trouver un chiffre clé, une incidence ou les critères de choix d'un parfum auprès d'une cible précise.

Enfin, cet outil agile et digital répond totalement aux attentes actuelles grâce à l'accès aux données, aux **infographies**, aux **dashboards online ... bref une vraie révolution dans les livrables et un bel exemple de simplicité !**



« Un travail main dans la main avec les équipes Harris Interactive qui a relevé avec brio tous les challenges ! Etre parvenus ensemble à construire cet outil smart et digital apporte une grande fierté. Les équipes formées ont particulièrement apprécié cet outil unique, simple d'utilisation et riche en insights. Un bel exemple de simplicité, soit l'art de rendre simple des choses particulièrement complexes ! ».



Légende photo – de gauche à droite :

Diana MEIRA (Harris Interactive), Chargée d'Études Senior

Stéphanie NASCIMENTO (L'Oréal DPGP France), Responsable Consumer Insight

Renaud ROUFFIAC (Harris Interactive), Directeur Adjoint du département Grande-Consommation & Luxe

Judith ROUCAIROL (L'Oréal DPGP France), Directrice Consumer Insight et développement

Sheron BENISTI (L'Oréal DPGP France), Assistante Responsable Consumer Insight

Nathalie PERRIO-COMBEAUX (Harris Interactive), Co-Présidente Harris Interactive France

Garance FERBECK (Harris Interactive), Directrice du département Grande-Consommation & Luxe

Pour plus d'information sur ce projet, vous pouvez contacter :

Renaud Rouffiac : rrouffiac@harrisinteractive.fr

Diana Meira : dmeira@harrisinteractive.fr