Meal & 1 Gomme

Identification et description des parcours client à partir d'enquêtes de terrain

Enquête d'usage :

Lien vers feuille réponse : https://docs.google.com/spreadsheets/d/12bz4sd8oG_tJYR-ffY2sp9CmeZU5e4NTms9BMnleBuo/edit?usp=sharing

À partir des données recueillies dans les enquêtes de terrain auprès de jeunes étudiants âgés de 18 à 23 ans, nous avons procédé à une identification et une description des parcours client potentiels :

Utilisation des gommes pour les compléments alimentaires :

- Environ un quart des répondants considèrent les gommes comme une option pour prendre des compléments alimentaires, ce qui pourrait venir entraîner un parcours client où ces produits sont inclus dans leur routine quotidienne de consommation de suppléments.

Temps de pause repas et habitudes alimentaires :

- Avec un temps moyen de pause repas d'environ 60 minutes, mais une partie des répondants ayant quand même peu de temps pour manger, les parcours client pourraient alors varier en fonction de la disponibilité de chaque individu.

- Moins de la moitié des répondants prennent le temps de manger un repas complet, suggérant ainsi des parcours client où la rapidité et la praticité sont plus privilégiées, et où les repas sont souvent simples et rapides.

Disposition à tester le produit :

- Une majorité des répondants (55%) sont prêts à tester le produit, ce qui indique un potentiel d'attractivité pour le marché ciblé. Les parcours client pourraient inclure une phase d'essai ou de découverte du produit.

Avantages & inconvénients

Avantages :

Praticité et rapidité :

- Suivant les réponses reçues, nos produits offrent donc une solution pratique et rapide pour la consommation, adaptée pour un mode de vie chargé d'étudiants.

Prix abordable :

- Le prix reste un avantage qui pourrait influencer les parcours client vers l'achat de produits abordables mais surtout accessibles pour les étudiants.

Goût :

- Le goût est un facteur important, et les produits doivent rester fidèles à l'expérience d'un vrai repas pour maintenir l'intérêt des consommateurs dans les produits.

Inconvénients :

Moins de plaisir à manger :

- Les produits peuvent entraîner moins de plaisir à manger par rapport à un repas normal, ce qui peut affecter venir affecter les parcours client vers des alternatives plus satisfaisantes tel que des repas normaux.

Composition floue et aspect/texture :

- L'incertitude concernant la composition des produits ainsi que l'aspect et la texture peuvent être des inconvénients majeurs, la transition d'un repas normal à un repas compressé en gomme peut venir poser un problème en termes d'attractivité, influençant les parcours client vers des produits plus clairement définis et agréables à consommer.

Parcours client

Le parcours client est constitué de 7 étapes qui vont permettre de définir par quel chemin passent les consommateurs tout au long de leur relation avec notre entreprise. On analyse ainsi leur parcours de prospects à clients fidélisés.

Phase de découverte :

Le parcours client commence tout d'abord par la découverte de nos gommes repas. Cette découverte se fera à travers divers canaux, tels que des annonces en ligne, les moteurs de recherche, nos réseaux sociaux ou même le bouche à oreilles.

Nous lancerons donc des campagnes publicitaires ciblées, en ligne, sur les réseaux sociaux et travailler l'optimisation SEO de notre site.

Recherche d'informations :

Les clients intéressés vont donc effectuer par la suite des recherches pour en savoir plus sur les produits de notre marque, en consultant par exemple des avis d'utilisateurs ou directement sur notre site web.

Nous nous assurerons que des informations détaillées sur les produits soient facilement accessibles via notre site web, y compris la liste des ingrédients et les témoignages clients. Pour ce faire, Le SEO sera un point clé de notre politique en permettant d'assurer la découvrabilité de nos contenus.

Évaluation des avantages et inconvénients :

Par la suite, les clients évaluent les avantages et les inconvénients des gommes comme moyen de prendre des compléments alimentaires grâce aux informations qu'ils auront recherchées. Les enquêtes que nous avons réalisées nous ont permis de voir que les principaux freins à l'achat sont : le prix, la transparence de la composition du produit, ou encore la faible quantité apparente.

Pour remédier aux inconvénients, nous créerons du contenu informatif mettant en avant les avantages des gommes, tout en abordant les inconvénients potentiels et en proposant des solutions à ces derniers.

Décision d'achat :

Sur la base de leurs recherches et de leur évaluation personnelle, les clients prennent une décision d'achat.

On leur proposera des offres promotionnelles, réductions ou des packs spéciaux pour encourager les clients à passer à l'achat. Tout nouveau client se verra offrir un code de réduction de 10%.

Essai du Produit :

Les clients vont donc acheter les gommes et les intégrer dans leur routine quotidienne. Pendant cette étape du parcours, ils vont expérimenter le produit, évaluant son goût, sa texture et son effet.

Nous encouragerons les clients à partager leurs expériences sur les réseaux sociaux, mais aussi nous leur enverrons des courriels de suivis afin de s'informer sur l'expérience des clients.

Réévaluation du produit :

Après avoir utilisé les gommes pendant un certain temps, les clients pourront réévaluer le produit et la marque. Ils prendront en compte les mêmes facteurs qu'avant mais influencés par l'expérience vécues.

A l'aide d'enquêtes de satisfaction, nous recueillerons des données afin de cibler les points à améliorer.

Fidélisation ou abandon :

Finalement, en fonction de leur expérience, les clients vont passer à l'étape de la décision finale : décider de continuer à utiliser les gommes de manière régulière ou non. S'ils sont satisfaits des résultats, ils resteront clients. Sinon, ils choisiront d'abandonner la marque et d'explorer d'autres alternatives.

Nous proposerons un programme de fidélité offrant des avantages exclusifs aux clients réguliers. Nous contacterons les clients pour comprendre les raisons de leur départ et voire leur offrir des incitations à revenir, telles que des remises.