

ÉTUDE MOMENTUM DES MARQUES

La première étude canadienne qui dévoile comment conserver et créer le Momentum pour votre marque

- Est-ce que votre marque a actuellement **ce qu'il faut pour demeurer et croître dans sa catégorie?**
- Quelles sont les différences de perceptions et d'actions à poser entre vos acheteurs (**fidélisation**) et vos non-acheteurs (**acquisition**)?
- Quelles sont **les forces et les faiblesses** des autres marques de votre catégorie?
- Quelles sont les marques **émergentes, en croissance, en maturité ou à risque** dans votre catégorie et ce, dans les trois prochains mois?



Vaste étude canadienne auprès d'environ 12 000 responsables des achats en épicerie, âgés de 18 ans et plus



Plus de 200 marques évaluées (liste des marques disponible sur demande), dans 18 catégories (300 répondants par marque qui sont acheteurs de la catégorie et qui connaissent la marque) : *pain, barres tendres, café, biscuits, desserts glacés, jus, lait, yogourt, lessive, équipements ménagers, produits de nettoyage, papier hygiénique, marque privée en alimentation, repas cuisinés, repas en conserve, produits surgelés, végétarien/végétalien & viande*



Collecte de données en septembre et diffusion des résultats en octobre 2020



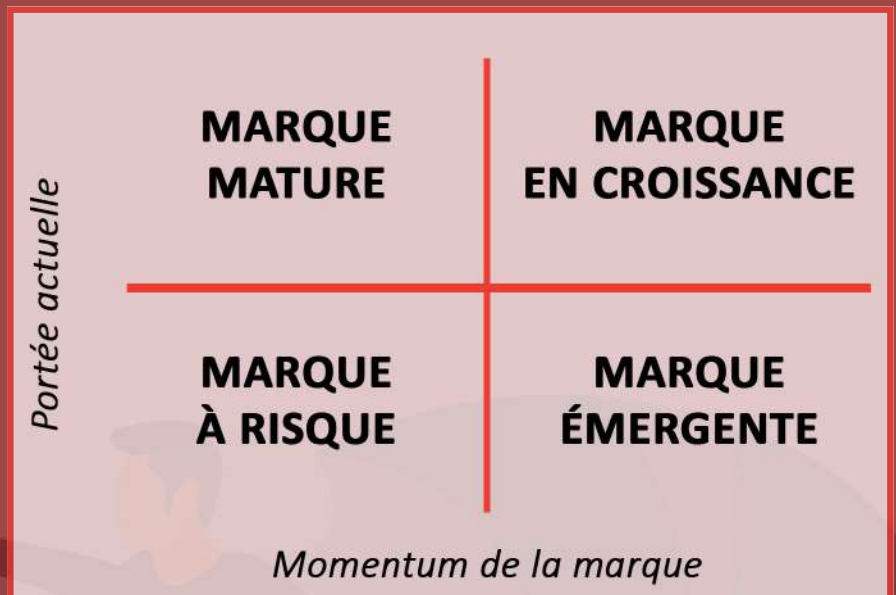
5 000 \$ par catégorie

MESURER / AMPLIFIER / CROÎTRE

Optimiser votre
Indice Momentum
en amplifiant les
leviers de croissance
de votre marque



Positionner votre
marque et celles de
la concurrence sur
la carte Momentum



Contact : Sandie Sparkman
ssparkman@leger360.com
1 866 571-2131

Leger