

Comment Dannon U.S.A a optimisé son yogourt Light & Fit

Nous avons collaboré avec Dannon U.S.A pour optimiser sa ligne de produits Light & Fit, afin de lui donner l'image d'un yogourt moderne et naturel.

Objectifs

En offrant une gamme de produits plus naturelle avec Dannon Light & Fit, Dannon souhaitait évaluer les possibilités de moderniser sa marque et d'améliorer son offre de produits afin de satisfaire à la fois sa clientèle existante ainsi qu'une nouvelle.

Méthodologie

Pour parfaire l'offre, nous avons :

1. Interrogé des consommateurs de yogourt grec âgés de 18 à 64 ans.
2. Fait appel à un modèle de choix discrets pour tester de nouvelles formulations marketing en lien avec les allégations relatives à la composition produit. Chaque personne interrogée devait répondre à une série de questions et devait choisir une option parmi un ensemble de choix.

Résultats

En utilisant les résultats de l'analyse conjointe basée sur les choix, nous avons identifié les caractéristiques et les allégations relatives à la composition du produit les plus optimales et les mieux adaptées au Dannon Light & Fit.

Nous avons également fourni un simulateur que Dannon pouvait utiliser pour visualiser et comparer différentes combinaisons.

Les équipes de recherche et développement ont pu explorer de nouvelles formulations pour les allégations relatives à la composition du produit.

[Cliquez ici pour discuter avec notre équipe](#)