

Comment l'un des principaux producteurs de haricots a réussi à épater les papilles des milléniaux

Nous avons aidé l'entreprise à lancer de nouveaux produits dans un secteur encore inexploré du marché, en plus de maintenir sa position de chef de file dans son créneau.

Objectifs

L'un des principaux producteurs de haricots souhaitait comprendre les intérêts et les préférences des consommateurs afin de développer une nouvelle gamme de produits en canne, destinée aux tant convoités milléniaux.

Méthodologie

Pour permettre à ce géant d'implanter sa nouvelle ligne de produits, nous avons :

1. Réalisé des tests de dégustation de 4 saveurs au sein des marchés clés
2. Mené des entretiens qualitatifs approfondis auprès des gens ayant participé aux tests de dégustation, ce qui nous a permis d'obtenir des renseignements pertinents pour élaborer la stratégie de mise en marché.

Résultats

L'entreprise s'est servie des résultats de notre étude pour lancer de nouveaux produits (3 nouvelles saveurs) dans un secteur de marché jusqu'alors inexploré.

Cette initiative lui a permis de maintenir sa position de chef de file dans sa catégorie.

Nos recommandations ont été utiles pour guider les décisions des départements de recherche & de développement, de marketing et de gestion de l'entreprise.

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