

# Cultiver l'histoire de Santa Cruz Organic

Nous avons aidé la société J.M. Smucker à développer une stratégie avant-gardiste qui permettrait à la fois de séduire les habitués de la marque Santa Cruz Organic et d'attirer une nouvelle clientèle.

## Objectifs

La compagnie J.M. Smucker souhaitait développer une stratégie de mise en marché avant-gardiste dans le secteur des produits naturels/ biologiques, cherchant à faire croître la notoriété de marque de Santa Cruz Organic.

L'entreprise souhaitait découvrir quelle histoire de marque résonnait davantage avec son public cible.

## Méthodologie

Pour déterminer ce qui résonnait le mieux, nous avons :

1. Mené des entretiens qualitatifs
2. Réalisé une étude quantitative en ligne comprenant un test monadique avec exposition aux 5 concepts et préférences\*

\*Les personnes interrogées étaient des consommateurs âgés de 21 à 59 ans, dont le revenu familial est supérieur à 50 000 dollars, qui achètent des denrées périssables biologiques mais s'intéressent aussi aux catégories de denrées non périssables biologiques.

## Résultats

Les études qualitatives et quantitatives ont fait ressortir des thèmes similaires qui ont permis d'identifier les préférences des acheteurs de produits biologiques de Santa Cruz et de ceux qui ne le sont pas.

La compagnie s'est servie des thèmes évoqués par les personnes interrogées pour élaborer une histoire de marque à la fois à même de séduire la clientèle actuelle et d'en attirer une nouvelle.

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