

Notre projet Ipsos gagnant : accompagner BN dans sa création publicitaire grâce à Instant | Lab

Forte d'expériences à succès grâce à Instant | Lab, l'équipe Creative Excellence d'Ipsos a récemment travaillé pour la marque de biscuits BN, un projet stimulant et riche d'échanges qui a convaincu OFFREMEDIA de nous décerner un trophée d'argent dans la catégorie « Efficacité de la communication »

Yann Lacrampe, directeur Marketing France United Biscuits nous a fait le plaisir de partager son expérience en revenant sur la façon dont Instant | Labs a permis à BN de conforter les choix du marketing et de guider l'agence créative :

« L'enjeu de BN est de recréer un lien émotionnel fort avec les familles de jeunes enfants autour du goûter, le film développé par TBWA étant le point de contact stratégique du plan-média et devant être produit dans des délais courts. L'étude devait détailler, dans une contrainte-timing forte, la perception des pistes créatives pour guider la production. »

Instant Lab consiste en une Journée collaborative avec les responsables de BN, TBWA et les experts d'Ipsos autour de la « voix » des consommateurs ; les résultats de l'exploration des pistes créatives, révélés en temps réel, alternent sessions quantitatives et chats Quali. L'interaction permanente sur une plateforme permet un échange continu entre l'ensemble des parties prenantes.

A la fin de la journée, décision sur la piste la plus prometteuse et recommandations pour l'Agence.

Instant | Labs : une approche unique et innovante basée sur le triptyque : temps réel, hybridation, co-construction

TEMPS RÉEL : La lecture *Live* des résultats est décisive pour établir des hypothèses, confronter, prioriser ou déprioriser les pistes créatives et ajuster le matériel au fil des sessions

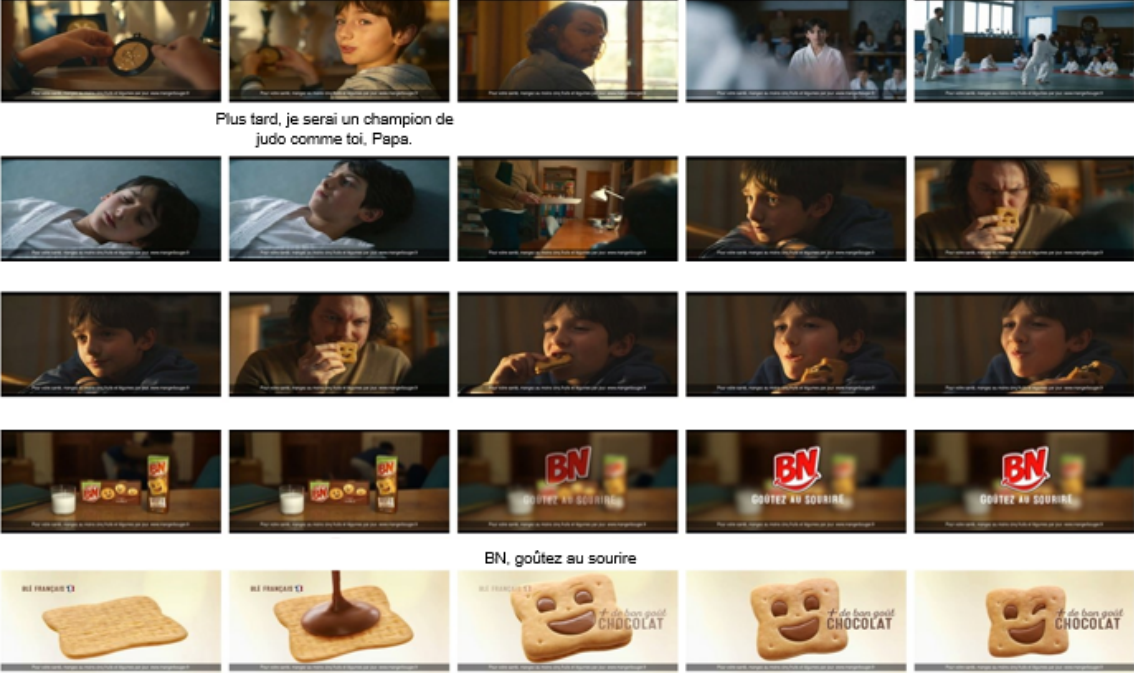
COMPRÉHENSION TOTALE DU CONSO. : Le Quanti donne une idée claire du « WHAT » et le Quali, du « WHY » ; la combinaison des deux donne le « HOW », les recos des next steps.

COLLABORATIF : La journée d'échanges autour du consommateur, ponctuée de debriefs, favorise la co-construction, identifie les axes de progrès et aligne marque et agence sur les prochaines étapes.



Instant Lab a permis d'identifier la piste créative gagnante et de donner des guidelines opérationnelles avant la phase de production du film, dont le post-test a prouvé l'efficacité

« Une approche agile, flexible et rapide en un jour qui a su prendre en compte nos enjeux de contrainte de temps. L'articulation du quanti et du quali pour prendre les bonnes décisions, pour les bonnes raisons ». Yann Lacrampe, Directeur Marketing BN France.



FILM BN DIFFUSE DU 24/04 AU 9/05 EN FRANCE