POUR QUE L'EAU VIVE

ÉTUDE DE MARCHÉ MIXTE DES HABITUDES DE CONSOMMATION

PAYS: FR

Contexte & Besoins

- **Hypothèses** : Les habitudes de consommation d'eau en France révélent un besoin pour de nouvelles solutions de filtration domestique, assurant une eau de qualité et sûre.
- **Question** : Comment les habitudes de consommation d'eau influencent-elles l'acceptation de deux nouvelles solutions de filtration domestique ?
- **Objectifs** : Analyser les habitudes de consommation d'eau et évaluer deux solutions proposées par le client.

Solutions

- Réaliser une enquête quantitative d'usage et attitude pour examiner les habitudes de consommation et les solutions disponibles sur le marché
- Effectuer des entretiens qualitatifs avec des distributeurs potentiels pour évaluer les perspectives de marché, les canaux de vente et les réactions aux prix imaginés par le client.

Résultats

- Analyse des habitudes de consommation d'eau en bouteille et du robinet en France
- Evaluation de la sensibilité aux questions liées à ces consommations
- Analyse de la corrélation entre les habitudes de consommation, la localisation et les événements climatiques régionaux
- Prise de contact avec les répondants B2B pour l'organisation de démonstrations et tests

info@intotheminds.com **BE** +32 2 347 45 86 **FR** +33 1 88 32 73 44 **IT** +39 378 0608323

L'BLOCK
ÉTUDE QUANTITATIVE DU MARCHÉ DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION
PAYS: FR

L'Block®
L'alternative esthétique

Contexte & Besoins

- **Contexte :** L'block souhaitait explorer les opportunités de développement d'une nouvelle solution de brique de construction sur le marché français.
- **Question :** Comment les propriétaires français perçoivent-ils cette brique d'un point de vue fonctionnel et esthétique ?
- **Objectifs** :

1. Étudier l'attitude des propriétaires français sur la rénovation et construction.
2. Confirmer le potentiel de cette nouvelle brique et son pricing.

Solutions

Desk research

- Comprendre les réalités du marché des matériaux de construction et les différentes options disponibles au moment de l'étude

Phase d'enquête quantitative

- Présenter la nouvelle brique à un échantillon de 500 propriétaires
- tester la réaction des sondés aux aspects esthétiques de la brique en utilisant des images de synthèse
- tester leur intérêt pour les propriétés fonctioonnelles et le prix

Résultats

- Identification de l'importance du choix des matériaux de construction dans les projets de maisons.
- Quantification de l'intérêt pour la brique innovante proposée.
- Analyse de la propension à acheter et de la sensibilité aux variations de prix.

Into TheMinds

info@intotheminds.com **BE** +32 2 347 45 86 **FR** +33 1 88 32 73 44 **IT** +39 378 0608323