

#Branding

La notoriété ne suffit plus !



Clés du concept « Category Entry Points »



*“ Design for the category,
analyse for the buyer,
report for the brand ”*

Pr. Jenni Romaniuk

Chercheuse et Directrice
Internationale du Ehrenberg-Bass
Institute.

Senior Advisory Board au
International Journal of Market
Research (UK) et Journal of
Advertising Research (USA).

Matrice Category Entry Points

Données de contexte

U&A
Parcours
d'achat
Social
listening
GenAI
...

6W *facteurs d'influence*

Why

When

Where

While

With

Who

Cas pratique

Category Entry Points Alcool

France - 2024

- Benchmark exploratoire
- Interviews en CAWI selon la méthode des quotas au Q2 2024, dont 667 individus 18 ans et plus consommateur d'alcool au moins 1 fois / an
- Notoriété spontanée
- Notoriété contextualisée selon 16 category entry points dont
 - Pour faire des cocktails
 - Pour un apéritif avant le repas
 - Pour conclure un repas / une soirée
 - Quand on souhaite une boisson tendance / à la mode
- Sélection de marque évaluées et extraits présentant les indicateurs Network size, Mental Penetration, Mental Market Share.

Quelques zones de flou en notoriété spontanée

Quand vous pensez à des boissons alcoolisées ...
Top 10

6 marques citées dans le Top10

Ricard	19%
Heineken	18%
Jack (Daniels)	15%
Leffe	12%
Vin	13%
Martini	11%
Bière	10%
Desperados	9%
Vodka	8%
Pastis	6%



La hiérarchie de notoriété est très différente selon les situations de consommation

Association des marques (marques saillantes) :
marque que l'on boit.....



Faire des cocktails

Aperol
Havana Club



A la mode

Desperados
Aperol

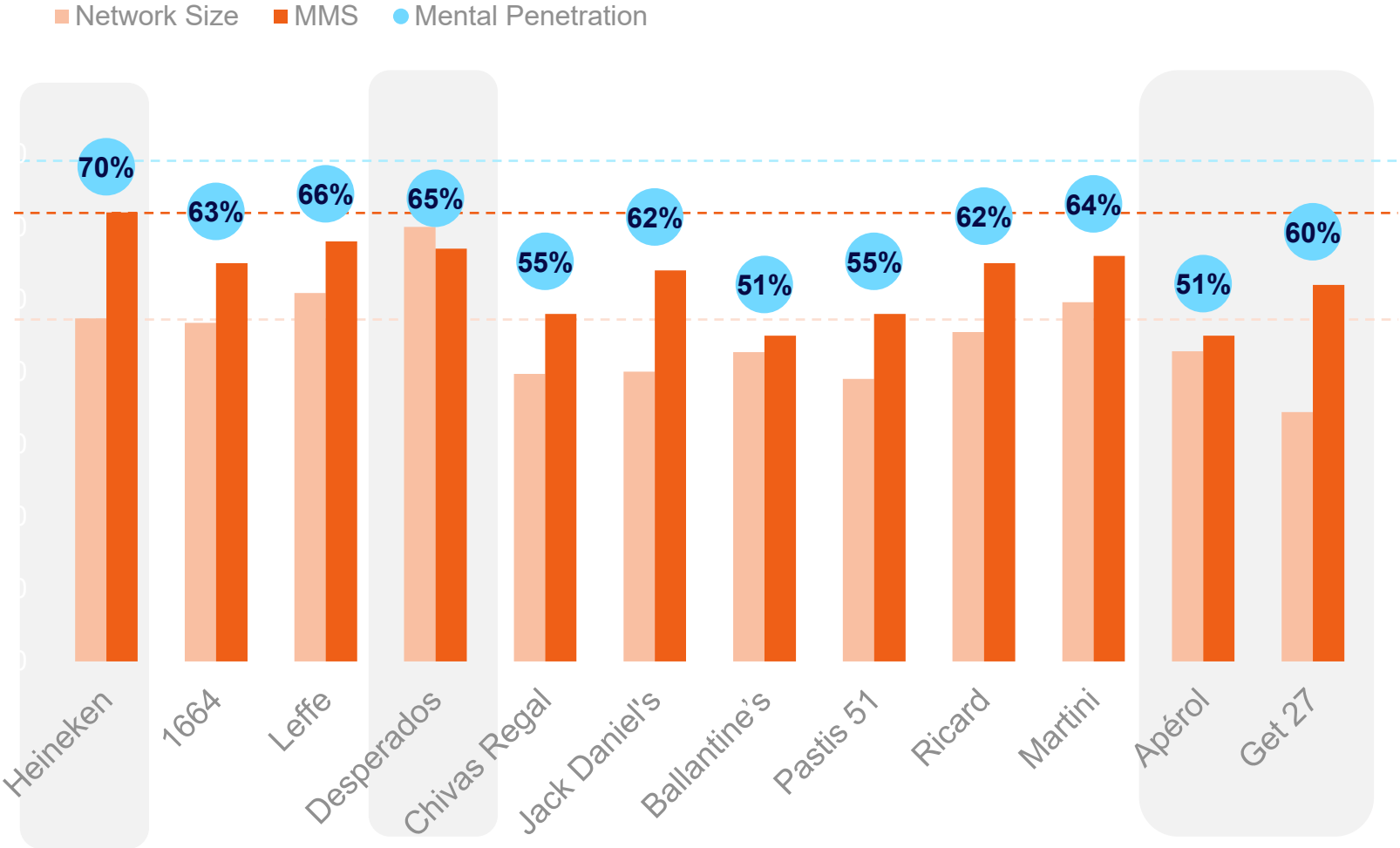


Autour du repas

 Ricard  Get 27
Martini
Pastis 51

Category Entry Points : révélateur de potentiels

KPI Category Entry Points (extract)



Category Entry Points : impacts sur les axes de communication



- Maintien du claim
- Suppression du nom Spritz et baisse du focus « recette »
- Scénographie plus réaliste, Incarnation du moment de consommation

Category Entry Points : impacts sur les axes de communication



Plus d'éléments sur la démarche Category Entry Points, ses indicateurs et cas d'usage ?
Contactez fr@gfk.com ou votre Account Director

