



Comprendre *les dynamiques d'usage et d'influence* sur le marché des compléments alimentaires





Pourquoi ce dispositif ?

Des DÉCISIONS À PRENDRE VITE, sur un marché des compléments alimentaires de plus en plus complexe.

Les acteurs du secteur font face à :

- une diversification des **usages, des attentes et des bénéfices recherchés** ;
- des **parcours d'achat de plus en plus hybrides**, entre digital, conseil et points de vente ;
- une **influence croissante des contenus en ligne**, des communautés et des prescripteurs ;
- des consommateurs **plus informés, plus exigeants et plus volatiles** ;
- une difficulté à **identifier des leviers réellement différenciants**.

Le besoin d'un **CADRAGE CLAIR, OBJECTIVÉ** et orienté **OPPORTUNITÉS**.

” Un éclairage *structuré* et directement *exploitable*

CE QUE CE DISPOSITIF PERMET

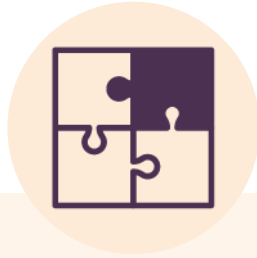
- Une **compréhension fine des usages réels** des compléments alimentaires
- Une lecture claire des **parcours d'achat et de décision**
- L'identification des **leviers d'adhésion et de réassurance**
- Une analyse des **facteurs d'influence** (contenus, discours, acteurs)

SES BÉNÉFICES

- **Accélérer et sécuriser la prise de décision**
En s'appuyant sur une lecture objectivée des usages, des parcours et des leviers d'influence.
- **Prioriser les investissements à plus fort potentiel**
En identifiant clairement les leviers d'adhésion, de différenciation et de création de valeur.
- **Aligner les équipes et maximiser l'impact des actions**
Grâce à un socle de compréhension partagé, directement exploitable en innovation, communication et activation.



Notre approche méthodologique



OBSERVER

Comprendre les dynamiques d'influence

- Identifier les **promesses et usages dominants**
- Détecter les **tendances émergentes et signaux faibles**
- Cartographier **les acteurs et sources d'influence**

SMI – **SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE**

Analyse des recherches, conversations et contenus en ligne sur une catégorie de compléments alimentaires



STRUCTURER

Objectiver les usages et le parcours d'achat

- Mesurer les **usages et occasions de consommation**
- Comprendre les **parcours d'achat et points de contact**
- Hiérarchiser les **critères de choix et influences**

ÉTUDE **QUANTITATIVE**

Interrogation en ligne de 500 à 1 000 acheteurs de compléments alimentaires
10 MINUTES de questionnaire



ACTIVER

Transformer l'analyse en leviers d'action

- Prioriser les **enseignements clés**
- Identifier les **opportunités de différenciation**
- Orienter les **décisions marketing et innovation**

RESTITUTION INTERACTIVE avec l'ensemble de vos collaborateurs impliqués sur le projet



” Un dispositif *modulable* selon vos besoins

À partir de
6 000€ HT

SMI



Photo by Ksenia on Unsplash

● Le volet **OBSERVER** « seul »

Une analyse des conversations et contenus en ligne pour comprendre les dynamiques d'influence, détecter les tendances émergentes et cartographier l'écosystème du marché.

QUANTI



● Le volet **STRUCTURER** « seul »

Une mesure quantitative des usages, du parcours d'achat et des critères de choix pour objectiver les leviers clés du marché.

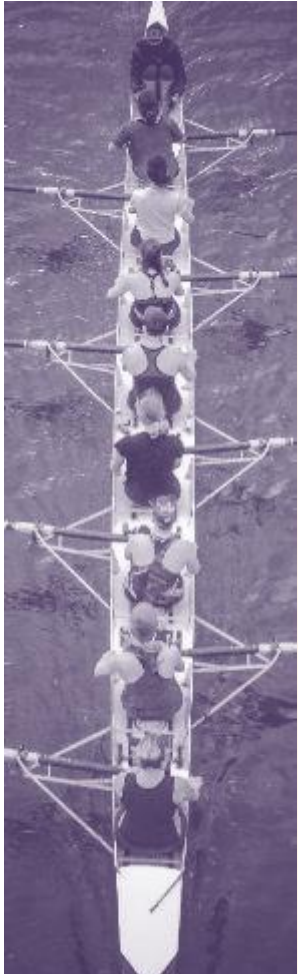
FULL



● **OBSERVER, STRUCTURER** et **ACTIVER**

Un dispositif complet pour transformer la compréhension du marché des compléments alimentaires en opportunités stratégiques et décisions activables.

” Une équipe *d’expertes passionnées* pour vous accompagner



Nadia AUZANNEAU

DGA -Responsable du département Santé

Experte des études quantitatives santé depuis 29 ans.

Diplômée de Sciences Po Paris, spécialisation marketing. J'aime la diversité du secteur, de ses problématiques et de ses acteurs (*labos, associations de patients, agences com...*).



Caroline VIGNERONT

Co-directrice LIFE Qual, communities, SMI, Inno

Psychologue clinicienne, 20 ans d'expertise en études santé.

Passionnée par les problématiques médicales... et capable de faire d'un pharmacien mon meilleur allié.



Chloé JACQUET

Directrice d'étude Département Santé

Ingénieure en biologie de formation, spécialisée en marketing.

Experte des études quantitatives sur le secteur de la santé, précédemment à IFOP, je travaille sur de nombreux dispositifs ad hoc et barométriques, en France comme à l'international.



Van BUI

Directrice Conseil LIFE Qual, communities, SMI, Inno

Experte du parcours client et des dynamiques consommateurs.

Diplômée d'Audencia (SciencesCom) et formée chez Ipsos et Brain Value., je suis spécialiste des dispositifs quali ad hoc, en France comme à l'international, online et offline.

opinionway

PARIS • BORDEAUX • BRUXELLES • VARSOVIE • CASABLANCA • ABIDJAN

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.

ESOMAR²⁵
Corporate



Enable today, shape tomorrow

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration – 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

Restons *connectés* !



Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre newsletter !

Je m'abonne

Vos contacts OpinionWay

Nadia Auzanneau
DGA
Directrice du pôle Santé

Tel. +33 6 86 28 69 75
nauzanneau@opinion-way.com

Caroline Vigneront
Co-Directrice du pôle Life
Qual, communities, SMI, Inno

Tel. +33 7 77 16 24 67
cvigneront@opinion-way.com