

The background of the slide features a blurred financial chart. It includes a line graph with white circular markers connected by thin lines, and a bar chart with vertical bars in shades of yellow and blue. Some data points on the line graph are labeled with numbers like 245.57 and 245.57. The overall aesthetic is professional and data-driven.

KANTAR

Planning 2022

Turnkey Reports
Rapports Clés-en-main



KANTAR

Planning 2022

Audits de Marques

Brand & CX Study

Rapports Clés-en-main

Pour gagner du temps et optimiser vos budgets d'études, nous vous proposons, chaque année, des études et benchmarks sur vos marchés et vos marques. Ces Audits de Marques concernent les secteurs commerciaux principaux :

	Maurice	Réunion
Février 22	Telecoms – Mobile & Data	Telecoms – Mobile & Data
Mars 22	Assurance	Bières
Avril 22	Boissons Gazeuses	Boissons Gazeuses
Mai 22	Automobile	Banque
Juin 22	Banque	Assurance
Juillet 22	Peintures	Cliniques Privées
Aout 22	Hôtels	Automobile
Septembre 22	Cliniques Privées	Peintures
Octobre		

Possibilité de faire en option,, des *Boost set Analyse Qualitative* pour des marques qui seraient moins présentes sur le marché

Contenu d'un rapport type :

1

Profil de l'échantillon et Méthodologie 03

2

Résumé Managérial 06

3

Power in the mind 09
Notoriété - Top of mind & Spontanée
Mind share
Notoriété Publicitaire

4

Brand Equity 14
Brand Equity Score (Kantar ®)
Carte Perceptuelle : Signification vs difference
Image de la marque & Empreinte

5

Attraction de la marque 27
Analyse des Motivations / Occasion
Cconsideration de la Marque par Motivation / Occasion

6

Corporate reputation 33
Responsibility Index
Corporate Reputation Index

7

Customer eXperience 49
*concerne les marques avec > 20% d'usage
Net Promoter Score (NPS)
TRI*M score
Typologie basée sur l'engagement émotionnel

KANTAR

Planning 2022

Etudes Sociétales, Analyse de Tendances et d'Opinion

Rapports et Ateliers Clés-en-main



Pour comprendre, décrypter et anticiper les tendances et les évolutions de la société et des marchés, Kantar réalise des études sociétales et d'opinion basées sur des methodologies mixtes. Des ateliers de réflexion stratégiques sont également organisés sur la base de ces recherches.

Maurice

Réunion

Mai 22	Evolution de la consommation alimentaire des Mauriciens	La Génération Z décryptée
Juin 22	Les attentes en Développement Durable et Social	
Juillet 22		
Aout 22	Discriminations et Vivre Ensemble	Discriminations et Vivre Ensemble
Septembre 22		Les attentes en Développement Durable et Social



KANTAR

Planning 2022

Les études Shopper

Rapports et Ateliers Clés-en-main

Les rapports Shoppers permettent de comprendre l'évolution des visites et comportements des *shoppers* dans les hyper et supermarché, dans les centres commerciaux et également de comprendre les comportements de e-shopping.

	Maurice	Réunion
Fev 22	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés	
	Les centres commerciaux	
Mars 22		
Avril 22	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés
Mai 22		
Juin 22	Les centres commerciaux	
Juillet 22	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés	
Aout 22		
Septembre 22		
Octobre 22	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés	Fréquentation et Expérience dans les super et hypermarchés