

L'INTERVIEW

CLIENT



LE ROY MERLIN

synomia

NOTRE INTERLOCUTRICE :



CARINE

NÉGRONI

*Directrice
de l'éditorial
chez
Leroy Merlin*



synomia

NOUS TRAVAILLONS ENSEMBLE DEPUIS 2016, QUE T'APPORTE SYNOMIA ?



De la « **customer centricity** »
dans sa définition la plus simple :

« **écouter les clients** » pour avoir
un coup d'avance sur le marché
avec des tendances consos et
des tendances sociétales.

Sur le **marché de la cuisine**, par exemple,
ce qui m'intéresse, ce ne sont pas des
insights sur les matières premières ou les
couleurs mais plutôt :



L'importance
croissante du
Vrac



La
consommation
accrue de Vin



L'achat de
robots
ménagers



Cuisiner
plus depuis
le Covid

Car toutes ces tendances ont un **impact sur
l'aménagement et le rangement de la cuisine** :
Étagères, casiers, plans de travaux plus grands,
entre autres, et donc le business.



POURQUOI CE QUE TU OBTIENS AVEC SYNONOMIA EST-IL UNIQUE ?



*Synomia illumine les signaux faibles, croisés avec la **saisonnalité**, pour saisir la meilleure **opportunité de communication** pendant l'année.*



Ce niveau de finesse ne peut pas s'obtenir via l'analyse des tickets de caisse ni par des entretiens en sortie de magasin. Les focus groupe non plus de n'offrent pas ce niveau de finesse car sur 20 personnes interrogées, la probabilité que quelqu'un achète du Vrac par exemple, et pense à le dire dans le focus groupe est très faible.

*Le **croisement par la temporalité** m'a permis de démontrer à ma Direction qu'il y avait un décalage entre la saisonnalité observée en ticket de caisse sur le rayon cuisine (mars) et le moment où cela devient une préoccupation dans la tête des consos (dès Janvier).*

Ainsi nous avons pu repenser le parcours client et l'animer de manière différente :



DANS TON MÉTIER,
QUE FAIS TU DES
INSIGHTS FOURNIS
PAR SYNOMIA ?



*Un plan d'animation éditorial
qui structure ensuite :*

*Le plan marketing client mois/mois
avec des campagnes emailing*

Les réseaux sociaux

*Le plan d'animation commercial
en magasin*

Les animations du site internet

*Les campagnes marchés
pour pousser des produits*

LES AUTRES
DÉPARTEMENT DE
LEROY MERLIN
ONT-IL ACCÈS AUX
ÉTUDES PRODUITES
PAR SYNOMIA ?

*Oui bien-sur, le **Marketing client**, le **Marketing de l'offre** et les **Développeurs de marché** utilisent régulièrement la **matière fournie par Synomia** pour **prendre des décisions**.*

Grâce à la combinaison de l'IA et de IH,
nous transformons les données
sémantiques en insights pour objectiver
vos décisions stratégiques et orienter
efficacement vos actions.

[CONTACTER SYNOMIA](#)

www.synomia.fr

 **synomia**