

CALCUL DU BRAND EXPERIENCE SCORE[©]

Taux de souvenir des points de contact **X** l'efficacité de chacun des points de contact
(taux d'utilité + taux d'appréciation + taux d'incitation à utiliser)

Sélection des 30 points de contacts spécifiques retenus pour l'analyse du marché cosmétique - soins du visage



EXPÉRIENCE PROJETÉE

- 1 - Publicité dans la Presse Magazine
- 2 - Publicité à la Télévision
- 3 - Sites Internet d'enseignes multi-marques
- 4 - Sites Internet spécialisés
- 5 - Discours ou interviews de célébrités, de personnalités
- 6 - Panneaux publicitaires dans la rue, métro, bus, aéroport...
- 7 - Emails ou newsletters de marques / enseignes
- 8 - Publicité pour une marque, un produit dans le magasin
- 9 - Sites internet des marques de soin
- 10 - Vitrines produits, vitrines promotions
- 11 - Courrier ou catalogue reçus dans votre boîte aux lettres
- 12 - Publicité sur Internet



EXPÉRIENCE VÉCUE

- 13 - Test du produit en magasin
- 14 - Echantillons offerts en magasin
- 15 - Présentation du produit en linéaire
- 16 - Offres promotionnelles en magasin
- 17 - Echantillons offerts sur Internet
- 18 - Echantillons présents dans le magazine
- 19 - Eléments visuels mettant en valeur une marque en rayon
- 20 - Prospectus disponibles en magasin
- 21 - Résultats d'un moteur de recherche
- 22 - Carte de fidélité
- 23 - Ateliers, cours de beauté



EXPÉRIENCE PARTAGÉE

- 24 - Recommandation d'un professionnel (Dermatologue, esthéticienne...)
- 25 - Recommandation d'un pharmacien, parapharmacien,
- 26 - Conseillère, Démonstratrice en magasin
- 27 - Recommandations de l'entourage (famille, amis...)
- 28 - Articles de presse parlant de la marque, ses produits...
- 29 - Blogs, forums dédiés à la beauté
- 30 - Avis des internautes sur les réseaux sociaux