

Case di studio

Takasago

Come Toluna Start ha aiutato Takasago a promuovere l'innovazione con insight agili

toluna 

 TAKASAGO

La sfida

Jelena è il vicepresidente globale di Consumer Insights e Marketing Research per le fragranze di Takasago. Oltre a sviluppare nuove fragranze, Takasago crea costantemente nuove tecnologie che le accompagnano.

Ma l'innovazione deve essere supportata da informazioni sui consumatori e il team aveva bisogno di testare una serie di affermazioni per identificare con sicurezza ciò che era importante per i consumatori e ciò che semplicemente non risuonava.



"In questo momento ho bisogno di testare le richieste di supporto di alcune di queste tecnologie... e di capire quali sono quelle con il maggior potenziale da sfruttare in futuro".

Jelena LeBreton, Global Vice President of Consumer Insights & Marketing Research, Fragrances

La soluzione

Jelena e il suo team hanno svolto una notevole quantità di lavoro con la piattaforma Toluna Start in quanto ne apprezza la facilità e la continuità e sa di poter contare sul team per un supporto quando necessario.

Così, quando i suoi partner nell'innovazione hanno condiviso con lei l'elenco dei claim, Jelena ha utilizzato la nostra soluzione MaxDiff Claims. Grazie all'esperienza d'uso, Jelena è stata in grado di programmare ed eseguire lo studio da sola in appena un'ora ed è stato inviato sul field molto rapidamente, risparmiando tempo prezioso.



"Ho bisogno che queste soluzioni siano facili e veloci e non posso dedicarci ore. Siamo un'organizzazione a cui piace operare in DIY e a volte ho bisogno di eseguire uno studio, anche nel bel mezzo di una riunione quando viene fuori una domanda... Per me questa soluzione è facile e veloce. Posso fornire rapidamente informazioni, il che è molto importante per l'azienda e anche per me. Non mi sento frustrato. La lancio e basta.

Jelena LeBreton, Global Vice President of Consumer Insights & Marketing Research, Fragrances

L'impatto

Jelena ha identificato rapidamente e con sicurezza le affermazioni più forti, dando a Takasago una maggiore comprensione di ciò che è importante per il consumatore e di dove dovrebbe andare con i futuri sforzi di innovazione. È stata in grado di fare tutto questo attraverso una soluzione facile da usare e con una qualità su cui sa di poter contare.

✓ Facilità d'uso

"Penso che sia facile da eseguire, facile da fare e facile da capire quando si torna indietro".

"Uno dei motivi per cui mi piace lavorare con Toluna Start è che è così facile da utilizzare, e mi permette di lavorare seguendo i miei tempi. Non è complicata. È facile da capire sia per i miei clienti interni che per quelli esterni, si fidano, l'hanno visto più volte... Sono un grande fan di Toluna, consiglierei la piattaforma in un batter d'occhio".

✓ Partnership di fiducia

"Mi fido del vostro panel. Io e il mio team abbiamo svolto un lavoro importante con voi. E mi piace avere tutto ciò che faccio su un'unica piattaforma".



Jelena LeBreton,
Global Vice President of Consumer
Insights & Marketing Research,
Fragrances

L'impatto

✓ Velocità

"C'è un effetto speciale per cui ogni volta che portiamo delle analisi all'interno dell'organizzazione, soprattutto in tempi brevi, i clienti ne sono entusiasti. Fa la differenza, soprattutto per il cliente... Quindi aumenta la rilevanza e il valore della mia funzione per loro".

"Piattaforme come Toluna Start sono fondamentali per noi per essere agili".

✓ Prendere decisioni sicure

"Questo è uno studio davvero importante per noi e continuerò a condurre questi progetti perché ci indicheranno quali sono le indicazioni da portare avanti. Non solo presenteremo alcuni dei claim che sono saliti in cima alla classifica, ma capiremo da questi claim cosa è importante per il consumatore, dove vogliamo andare in futuro, cosa c'è in fondo alla classifica e cosa non ha risonanza".