

Analyse de Panel : 14 H

Objectifs

Découvrir les principaux panels en grande consommation
Connaître les indicateurs des panels et savoir les analyser
Maîtriser l'analyse des panels consommateurs et distributeurs et comprendre les méthodes

Compétences à acquérir

Synthétiser les informations disponibles pour en faire des outils d'aide à la décision
Comprendre leur fonctionnement et leur application parmi d'autres facteurs explicatifs

Programme

Contexte de la consommation en France et évolutions
Définition et informations disponibles des panels distributeur et consommateur
Schéma d'analyse
Utilisation des panels : applications opérationnelles

Bibliographie

« Les panels » Jean-Marc Décaudin / Thierry Saint-Martin
Fiches synthèse Nielsen, notes de conjoncture
Fiches synthèse Kantar

Pré-requis

Connaissance des 4P du mix marketing
Connaissance des bases de l'analyse statistique