

SAVE THE DATE : 16 MAI 2019

> TO TRUST ★★★★★ ... OR NOT TO TRUST ★☆☆☆☆ ?

Choisir un produit, une marque, c'est engager sa confiance pour consommer « heureux et serein ».

Mais aujourd'hui, **le doute est partout** : les Millennials se détournent des médias, seulement 55% des Français ont une bonne image de l'industrie agro-alimentaire, uniquement 30% des Français sont sans crainte quant aux risques des produits cosmétiques sur la peau, l'e-réputation et le social listening battent les records, la technologie et les algorithmes détrônent parfois l'expertise humaine.

V V V

Pour une marque, l'enjeu est de trouver le « supplément » de confiance.

Mais comment faire dans un contexte d'hyper concurrence pour :

- ✓ Maintenir son leadership et la fidélité de ses clients à un niveau élevé quand on est une marque renommée ?
- ✓ Dépasser son challenger ou autres concurrents (catégorie par catégorie) et créer la préférence dans un univers très compétitif ?
- ✓ Construire un ancrage solide et un attachement sincère et immédiat lorsqu'on est une marque jeune et en croissance ?



SAVE THE DATE : 16 MAI 2019

> TO TRUST ★★★★★ ... OR NOT TO TRUST ★☆☆☆☆ ?

NEOVE &



LIVELYINSIGHTS
CONNECTED THOUGHTS FOR BLOOMING BRANDS

(deux agences spécialisées en études qualitatives internationales et innovation)

invitent leurs interlocuteurs marketing, dans plusieurs univers de consommation, à venir prendre connaissance d'une recherche sur le thème de la confiance et à échanger autour de ce sujet.

Nous vous présenterons un éclairage sociétal européen sur les enjeux majeurs en marketing et sur des propositions de tactiques mises en place par différents acteurs, pour séduire et créer une relation de confiance avec les consommateurs.

> Le petit-déjeuner conférence aura lieu le 16 avril 2019 à 9h chez Lively Insights, dans le quartier émergent du Canal Saint-Martin / Oberkampf

Adresse : 11 Rue Bichat 75010 Paris, code 745A9, fond de cour, escalier D, RDC

