

MyZenCoffee

Mener une étude utilisateur

Synthèse

AGENCE LESSISMORE
9 avenue de la conception 75000 Paris

Sommaire

- 1 Rappel du cadre de l'étude
- 2 Précisions méthodologiques
- 3 Recherche secondaire
- 4 Recherche primaire
- 5 Analyse et enseignements
- 6 Points à retenir
- 7 Recommandations

En résumé



Les buveurs de café
ont une forte
sensibilité écologique



Les buveurs de café
font attention à leur
santé



Les buveurs de café
veulent diversifier leur
expérience



Les buveurs de café
veulent enrichir leur
expérience



Les buveurs de café
sont en quête de lien
social

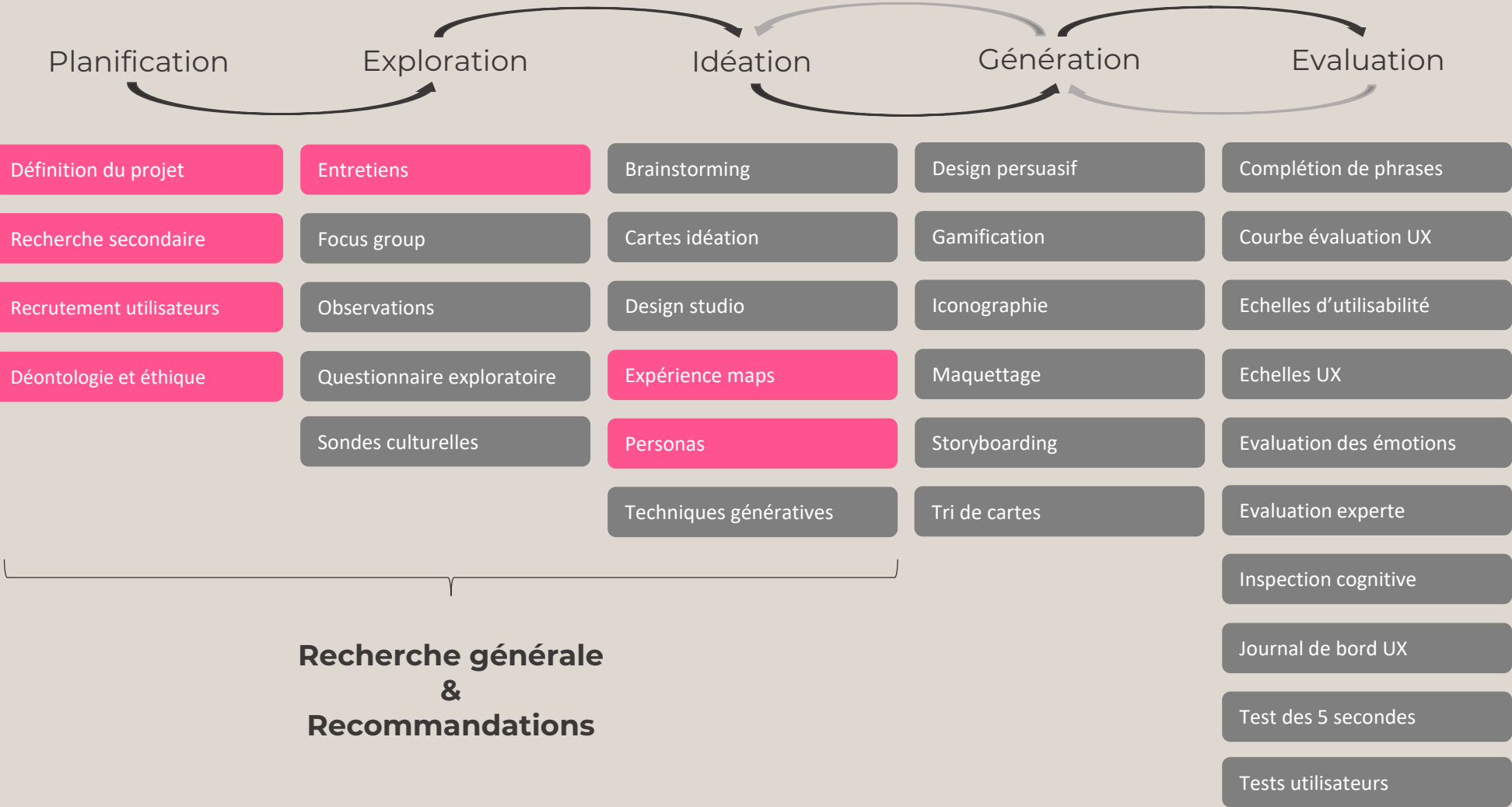


RAPPEL DU CADRE DE L'ÉTUDE

1

Actions menées

■ Actions



Enjeux de la recherche

Objectif

Elargissement de la gamme des produits autour du café



Moyen

Réalisation d'une étude sur la façon dont les gens boivent du café



Thématique 01

Comment rendre ce marché plus éco-responsable ?

Thématique 02

Comment diversifier l'expérience des consommateurs ?

Thématique 03

Comment stimuler le bien-être du consommateur ?

Thématique 04

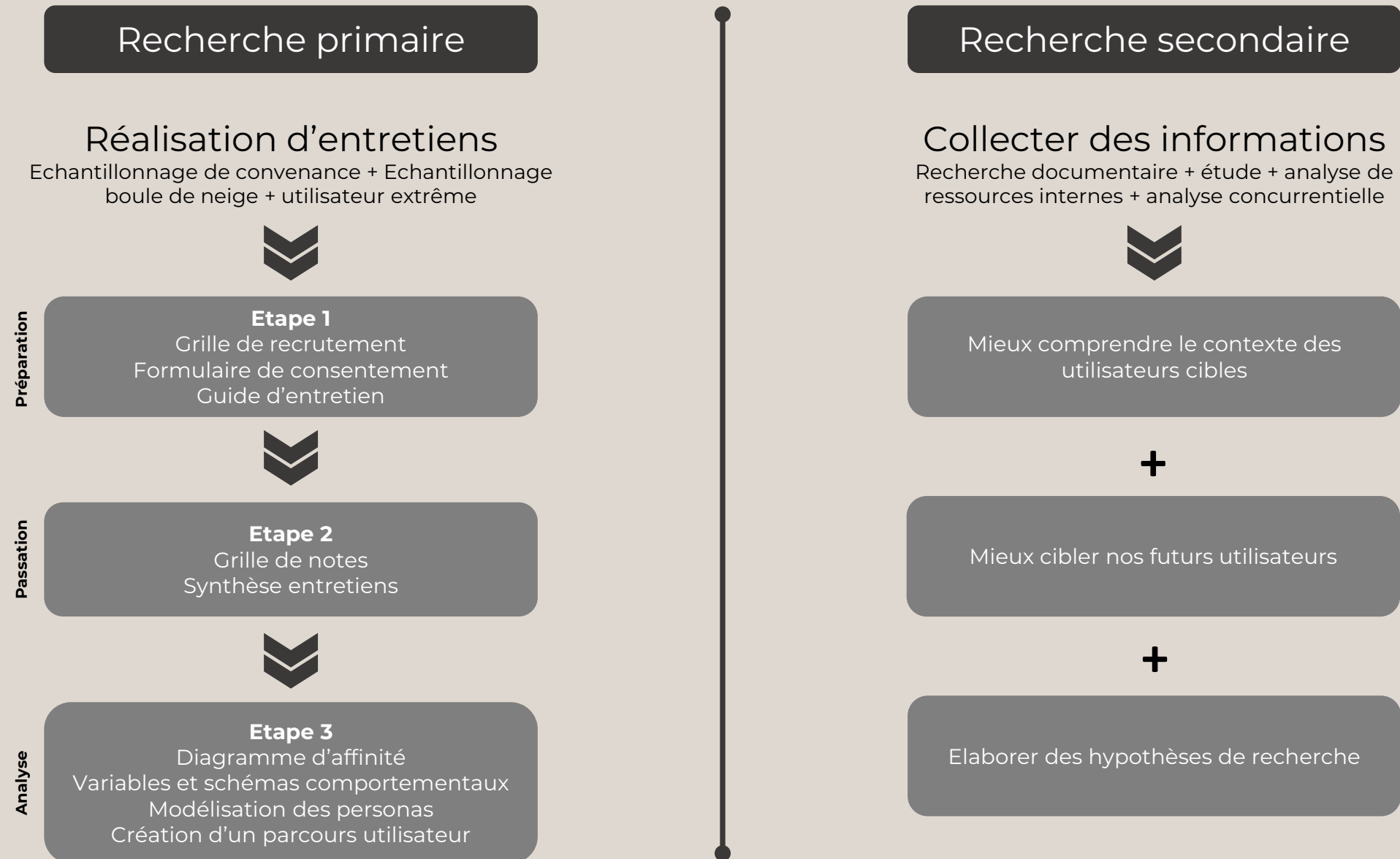
Comment garantir la fidélité du consommateur ?



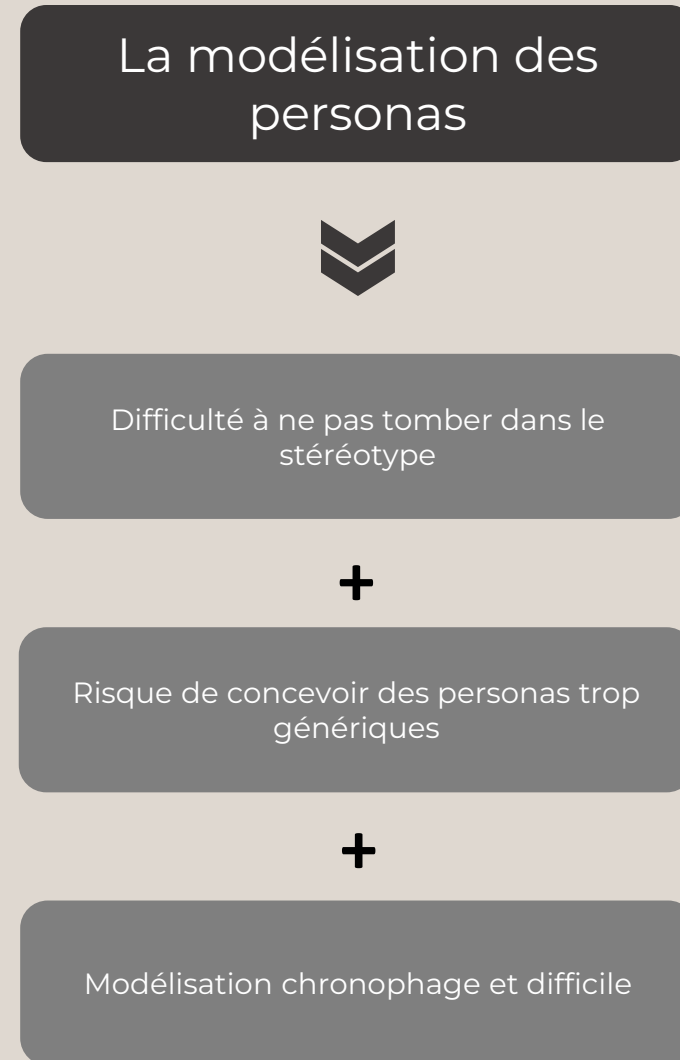
PRÉCISIONS MÉTHODOLOGIQUES

2

Méthodes de recherche utilisées



Limites connues



RECHERCHE SECONDAIRE

3

Chiffres clés

83%

des français
consomment du café

72%

des français ont plus de mal à se
passer du café que des réseaux
sociaux

67%

Part de marché des capsules &
dosettes

61%

des consommateurs assimilent le
café à la détente et la convivialité

55%

des français estiment que la pause
café au travail est une priorité

17%

de réduction des risques de
décès en lien avec des
maladies cardiaques



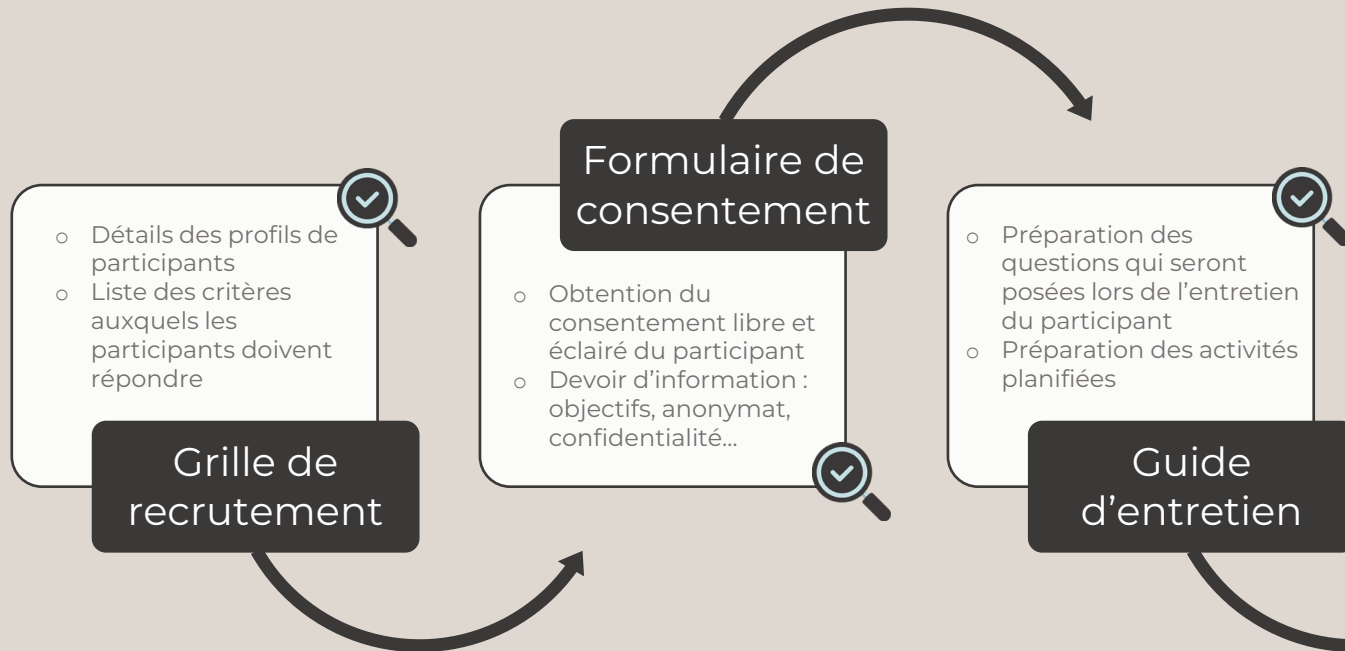
Cliquer pour accéder au rapport

RECHERCHE PRIMAIRE

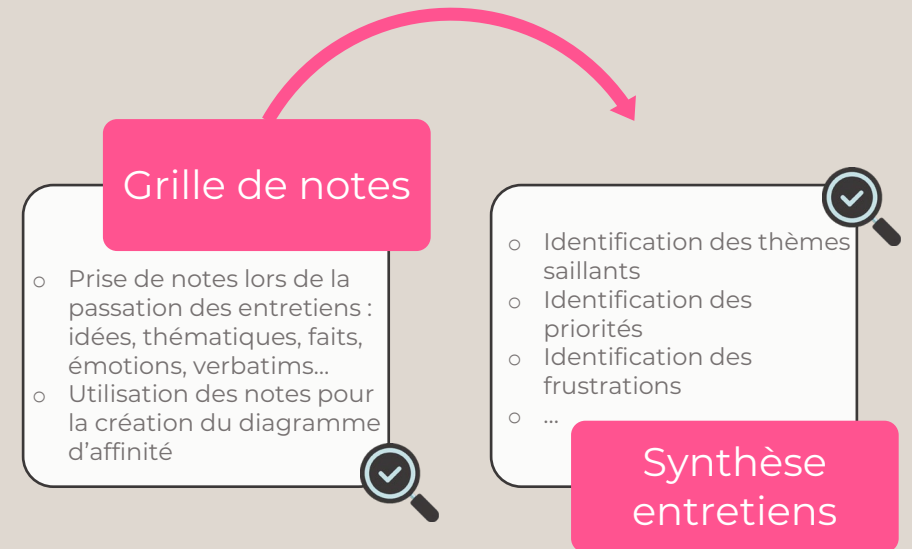
4

Organisation et passation des entretiens

Organisation



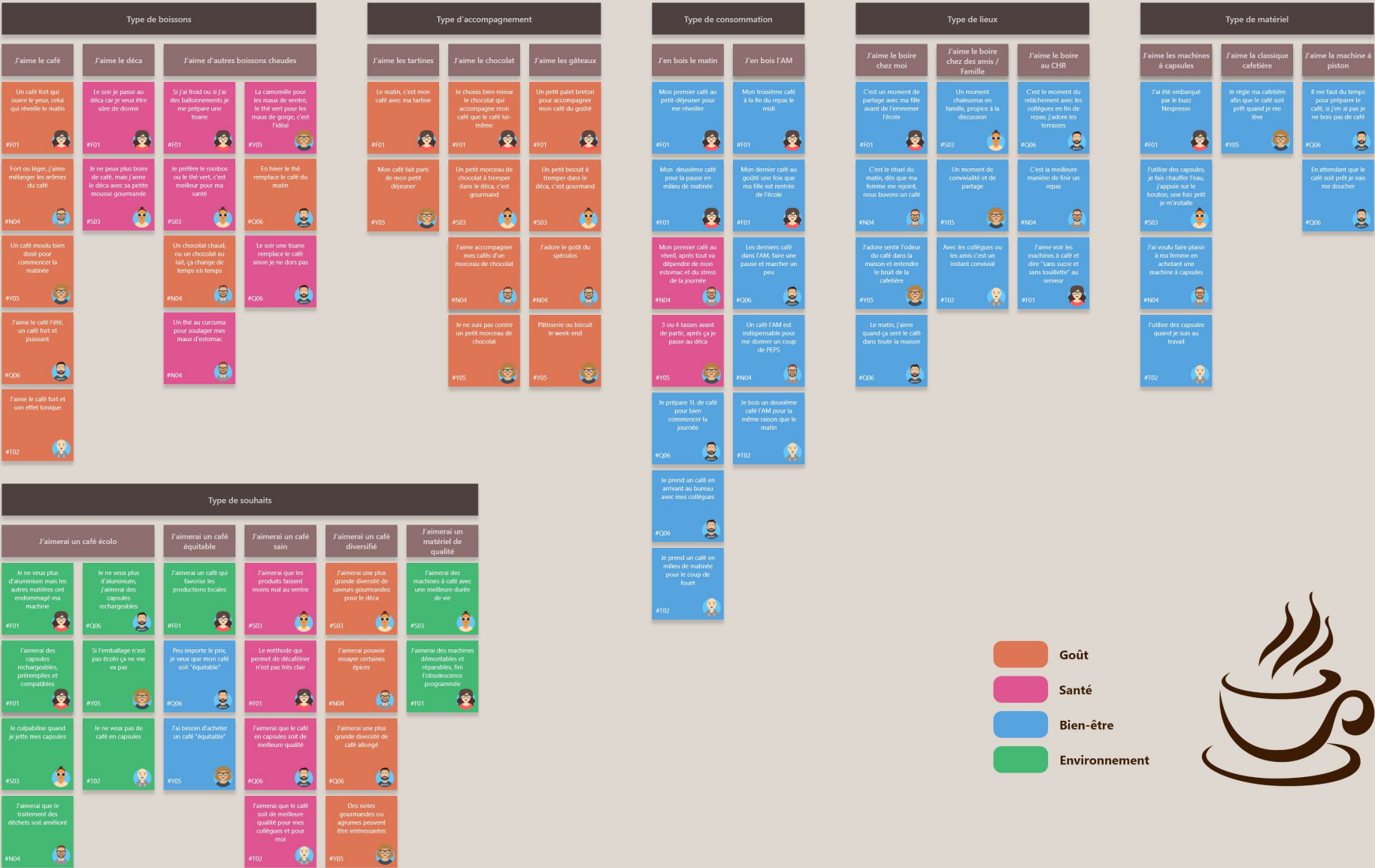
Passation



ANALYSE & ENSEIGNEMENTS

5

Etablissement d'un diagramme d'affinité



Type d'accompagnement

J'aime les tartines

Le matin, c'est mon café avec ma tartine
#F01

Mon café fait parti de mon petit déjeuner
#Y05

J'aime le chocolat

Je choisis bien mieux le chocolat qui accompagne mon café que le café lui-même
#F01Un petit morceau de chocolat à tremper dans le déca, c'est gourmand
#S03J'aime accompagner mes cafés d'un morceau de chocolat
#N04Je ne suis pas contre un petit morceau de chocolat
#Y05

J'aime les gâteaux

Un petit pain breton pour accompagner mon café du goût
#F01Un petit biscuit à tremper dans le déca, c'est gourmand
#S03J'adore le goût du spéculoos
#N04Pâtisserie ou biscuit le week-end
#Y05

Type de consommation

J'en bois le matin

Mon premier café au petit déjeuner pour me réveiller
#F01

Mon deuxième café pour la pause en milieu de matinée
#F01

Mon premier café au réveil, après tout va dépendre de mon estomac et du stress de la journée
#N04

3 ou 4 tasses avant de partir, après ça je passe au déca
#Y05

Je prépare TL de café pour bien commencer la journée
#C06

Je prend un café en arrivant au bureau avec mes collègues
#T02

J'en bois l'AM

Mon troisième café à la fin du repas le midi
#F01Mon dernier café au goût une fois que ma fille est rentrée de l'école
#F01Les derniers café dans l'AM, faire une pause et marcher un peu
#C06Un café l'AM est indispensable pour me donner un coup de PEP
#N04Je bois un deuxième café l'AM pour la même raison que le matin
#T02

Type de lieux

J'aime le boire chez moi

C'est un moment de partage avec ma fille avant de l'emmener à l'école
#F01

C'est le rituel du matin, dès que ma femme me réveille, nous buvons un café
#N04

J'adore sentir l'odeur du café dans la maison et entendre le bruit de la cafetière
#Y05

Le matin, j'aime quand ça sent le café dans toute la maison
#C06

J'aime le boire chez des amis / Famille

Un moment chaleureux en famille, propice à la discussion
#S03Un moment de convivialité et de partage
#Y05Avec les collègues ou les amis c'est un instant convivial
#T02

J'aime le boire au CHR

C'est le moment du réseautage avec les collègues en fin de repas, j'adore les terrasses
#C06C'est la meilleure manière de finir un repas
#N04J'aime voir les machines à café et dire "sans sucre et sans touillette" au serveur
#F01

Type de matériel

J'aime les machines à capsules

J'ai été embarqué par le buzz Nespresso
#F01

J'utilise des capsules, je fais chauffer l'eau, j'appuie sur le bouton, une fois prêt je m'installe
#S03

J'ai voulu faire plaisir à ma femme en achetant une machine à capsules
#N04

J'utilise des capsules quand je suis au travail
#T02

J'aime la classique cafetière

Je règle ma cafetière dès que le café est prêt quand je me lève
#Y05

J'aime la machine à piston

Il me faut du temps pour préparer le café, si j'en ai pas je ne bois pas de café
#C06En attendant que le café soit prêt je vais me doucher
#C06

Type de souhaits

J'aimerais un café écolo

Je ne veux plus d'aluminium mais les autres matières ont endommagé ma machine
#F01

J'aimerais des capsules rechargeables et compatibles
#F01

Je collectionne quand je jette mes capsules
#S03

J'aimerais que le traitement des déchets soit amélioré
#N04

J'aimerais un café équitable

J'aimerais un café qui favorise les productions locales
#F01Si l'emballage n'est pas écolo ça ne me va pas
#Y05Peu importe le prix, je veux que mon café soit "équitable"
#C06J'ai besoin d'acheter un café "équitable"
#Y05

J'aimerais un café sain

J'aimerais que les produits soient moins mal au ventre
#S03Le méthode qui permet de décaféiner n'est pas très claire
#F01J'aimerais que le café en capsules soit de meilleure qualité
#C06J'aimerais que le café soit de meilleure qualité pour mes collègues et pour moi
#T02

J'aimerais un café diversifié

J'aimerais une plus grande diversité de saveurs gourmandes pour le déca
#S03J'aimerais pouvoir essayer certaines épices
#N04J'aimerais une plus grande diversité de café allongé
#C06Des notes gourmandes ou épicées peuvent être intéressantes
#Y05

J'aimerais un matériel de qualité

J'aimerais des machines à café avec une meilleure durée de vie
#S03J'aimerais des machines démontables et réparables, fins l'obsolescence programmée
#F01

Goût

Santé

Bien-être

Environnement

Variables et schémas comportementaux

Objectif

Identifier les buts et les comportements des personnes rencontrées afin de créer des regroupements



Etape 1

Identification des variables comportementales



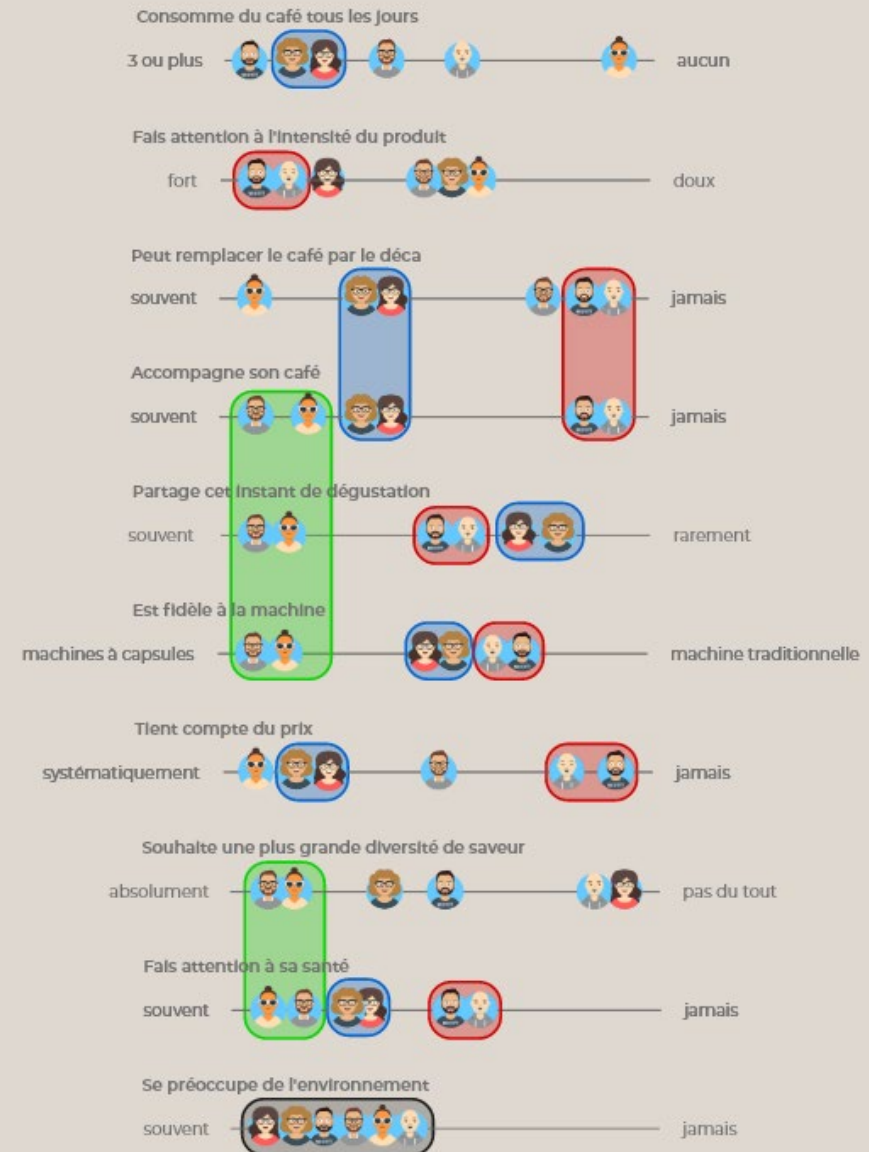
Etape 2

Répartition des participants sur des échelles



Etape 3

Identification des schémas comportementaux proches



Saïd – L'épicurien



« Le café est un voyage partagé, un instant de découverte »

Informations personnelles

Âge : 40 ans
Profession : Designer
Situation familiale : Pacsé
Localisation : Asnières

Biographie

Saïd est pacsé et a un enfant, il vit en centre-ville. Il est designer pour une agence web depuis 10 ans. Il aime la randonnée et la natation. Les moments de partage et de convivialité avec ses proches sont indispensables à son équilibre.

Persona primaire

Besoins / Objectifs

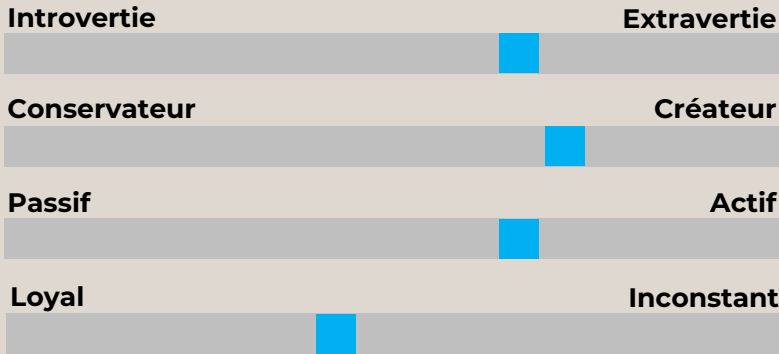
- Varier les plaisirs
- Accompagner son café d'une gourmandise
- Profiter d'un moment de partage
- Utiliser des produits recyclables / biodégradables

User story : « En tant que buveur de café, je voudrais découvrir de nouvelles saveurs afin de m'évader »

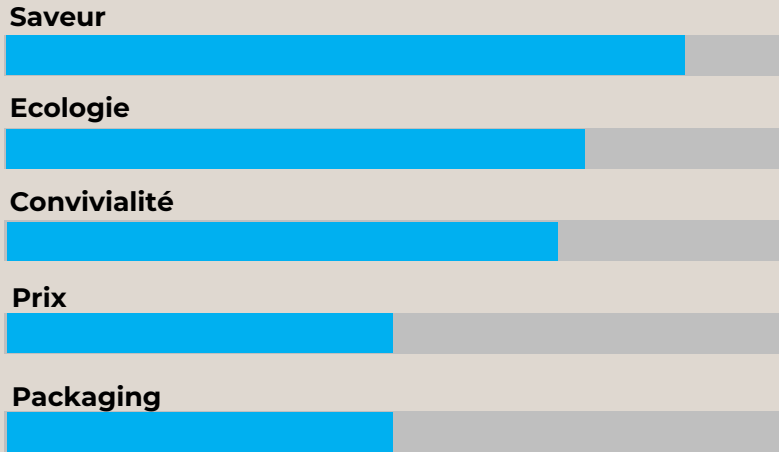
Frustrations

- Des capsules faites d'aluminium
- Un manque d'originalité dans les saveurs proposées
- Une qualité variable des produits

Personnalité



Motivations



Charles – Le puriste



« Les capsules ? Bof... moi j'aime le café traditionnel »

Informations personnelles

Âge : 30 ans
Profession : Juriste
Situation familiale : Célibataire
Localisation : Paris

Biographie

Charles est célibataire, il vit en plein cœur de Paris. Il est dynamique et s'investit énormément dans son travail. Si Charles court après le temps toute la semaine, il aime le prendre quand il s'agit de décompresser et de se recentrer.

Persona secondaire

Besoins / Objectifs

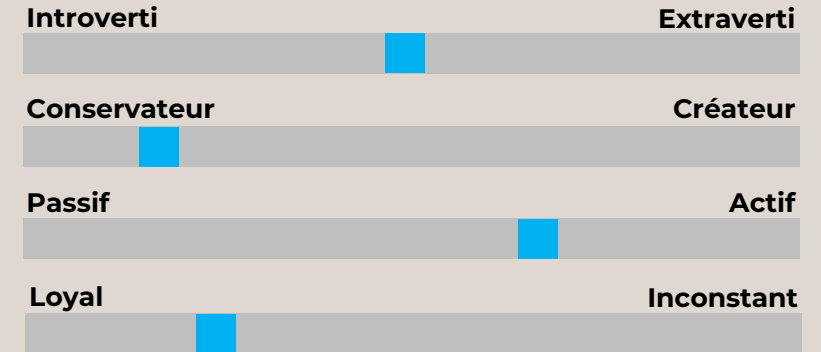
- Obtenir un effet « boost » tout au long de la journée
- Avoir du temps pour préparer un bon café traditionnel
- Profiter d'un moment de convivialité avec les collègues

User story : « En tant que buveur de café, je voudrais avoir plus de temps afin de le préparer et le savourer »

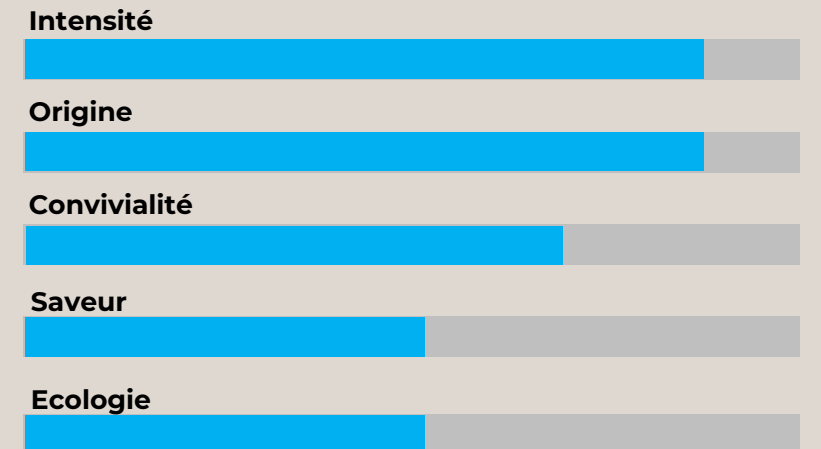
Frustrations

- Un café en capsule de mauvaise qualité
- Des productions locales non valorisées
- Un manque de saveur / d'intensité (capsules)

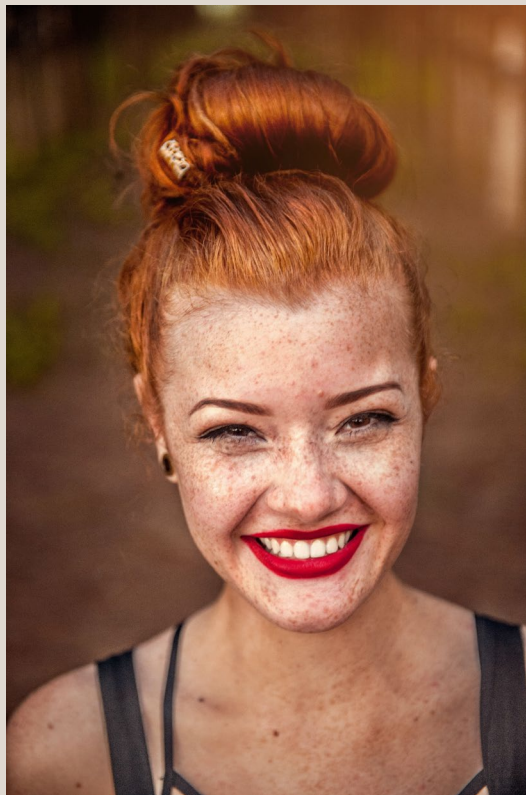
Personnalité



Motivations



Giulia – L'équilibriste



« Pack familiale, promotions en tout genre, mon budget café doit être maîtrisé »

Informations personnelles

Âge : 35 ans
Profession : Psychologue
Situation familiale : Pacsée
Localisation : Pontoise

Biographie

Giulia est mariée, elle a un enfant et vit en banlieue parisienne. Elle est psychologue en milieu hospitalier depuis 8 ans. Elle ressent le besoin de trouver l'équilibre entre ses désirs et la réalité. Garder le contrôle et ne pas se laisser abuser.

Persona supplémentaire

Besoins / Objectifs

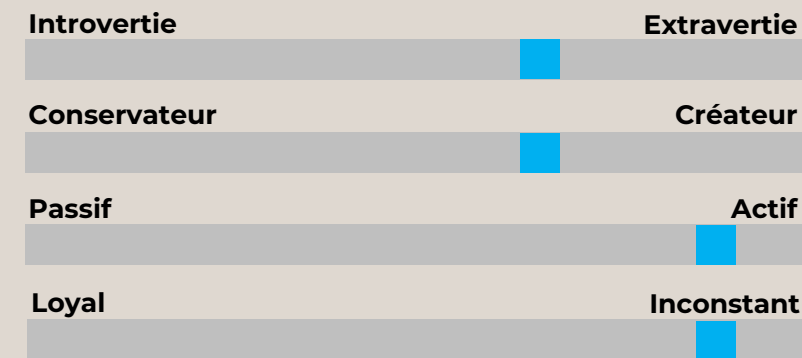
- Equilibrer sa consommation
- Maîtriser son budget
- Prendre soin de sa santé

User story : « En tant que buveuse de café, je voudrais rester libre de mes choix afin de trouver le bon équilibre »

Frustrations

- Une méfiance autour des recommandations
- Un manque de respect de l'environnement
- Un commerce équitable non valorisé

Personnalité



Motivations



Parcours utilisateur du persona primaire



Said, l'épicurien

Citation

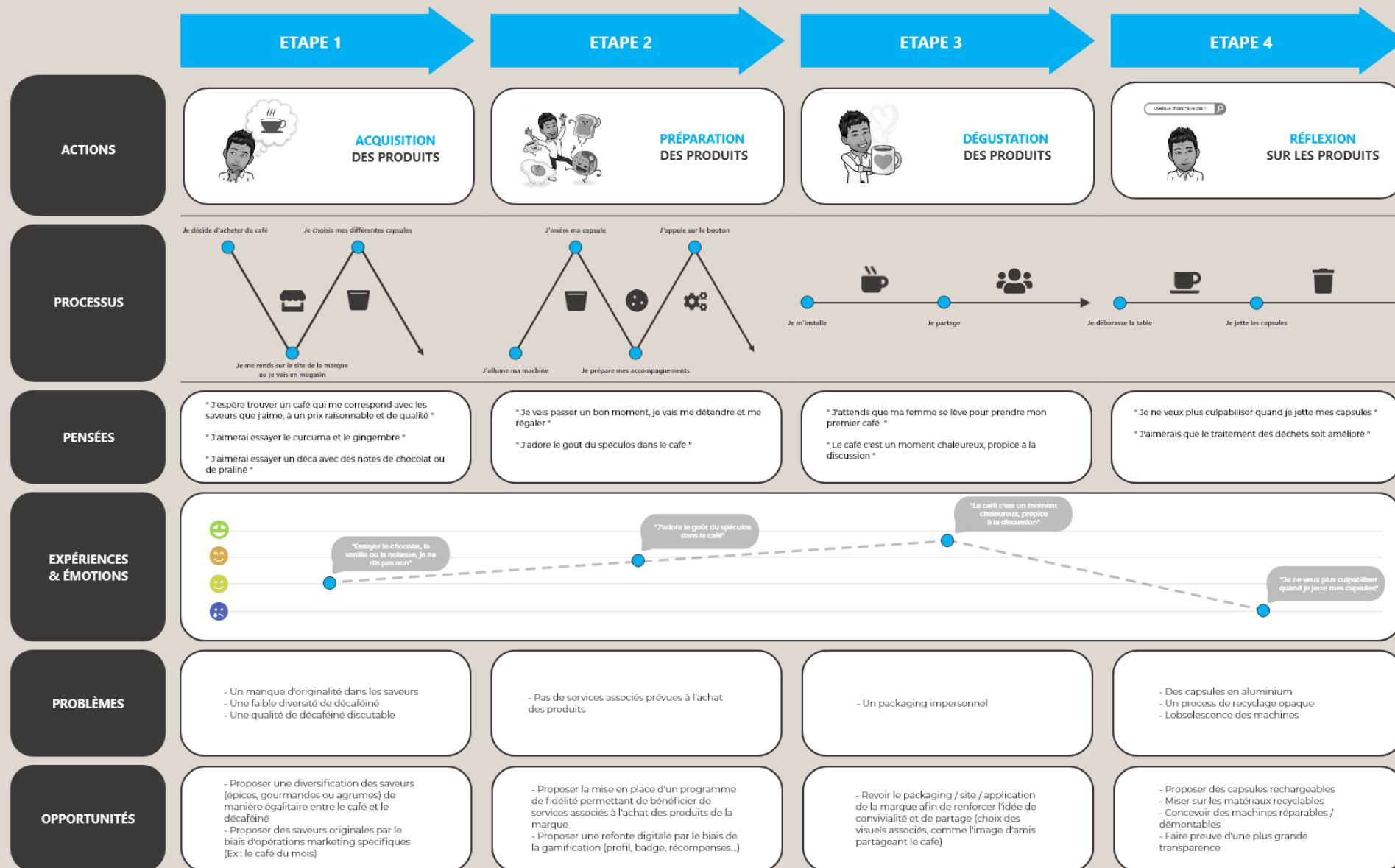
« Le café est un voyage partagé, un instant de découverte »

Biographie

Said est passé et a un enfant, il vit en centre-ville. Il est designer pour une agence web depuis 10 ans. Il aime la randonnée et la natation. Les moments de partage et de convivialité avec ses proches sont indispensables à son équilibre.

Informations

Age : 40 ans
Profession : Designer
Situation : Pacsé
Localisation : Asnières



POINTS À RETENIR

6



« Je culpabilise quand je jette mes capsules »

#S03

« Si l'emballage n'est pas écolo ça ne me va pas »

#Y05

« J'aimerais que le traitement des déchets soit amélioré »

#S03

« Les capsules c'est pour l'espace, pas pour le café pardi ! »

#T02

Ce qu'il faut retenir :

- Des enjeux écologiques pas assez pris en compte par les marques ;
- Un souhait de supprimer définitivement le recours à l'aluminium ;
- Un besoin de transparence de la part des producteurs et des marques ;
- Une lassitude face à l'obsolescence des machines.





« Je ne veux pas un café trop fort, ça me donne de la tachycardie »

#Y05

« J'aimerais que les produits fassent moins mal aux ventres »

#S03

« Ma consommation est liée au fonctionnement de mon estomac »

#N04

« Je me limite niveau timing, sinon je risque de ne pas dormir »

#F01

Ce qu'il faut retenir :

- Un besoin de transparence concernant le traitement des produits ;
- Des produits décaféinés assimilés à des substituts en cas de besoin ;
- Une nécessité de trouver l'équilibre dans sa consommation.





« J'aimerais essayer le curcuma et le gingembre »

#N04

« Un déca avec des notes de cacao et praliné »

#S03

« Essayer le chocolat, la vanille ou la noisette, je ne dis pas non »

#Y05

« Un café aux agrumes ça peut être original »

#Y05

Ce qu'il faut retenir :

- Un manque de diversité concernant les décaféinés ;
- Un manque d'originalité dans les saveurs proposés ;
- Une place réservée aux autres boissons chaudes (thé vert, thé rouge, tisanes...).





« J'adore le goût du spéculos dans le café »

#N04

« Je ne suis pas contre une petit morceau de chocolat »

#Y05

« Je choisis bien mieux le chocolat que le café en lui-même »

#F01

« C'est pâtisserie ou biscuit le week-end »

#Y05

Ce qu'il faut retenir :

- Une association régulière des plaisirs dans le cadre de la dégustation ;
- Des accompagnements qui renforce la satisfaction globale du consommateur.





*« Le café, c'est un moment chaleureux,
propice à la discussion »*

#S03

*« J'attends que ma femme se lève
pour prendre mon café »*

#N03

*« Avec les collègues il y'avait comme
un sentiment de relâchement »*

#Q06

*« Le café c'est un moment de convivialité
et de partage »*

#Y05

Ce qu'il faut retenir :

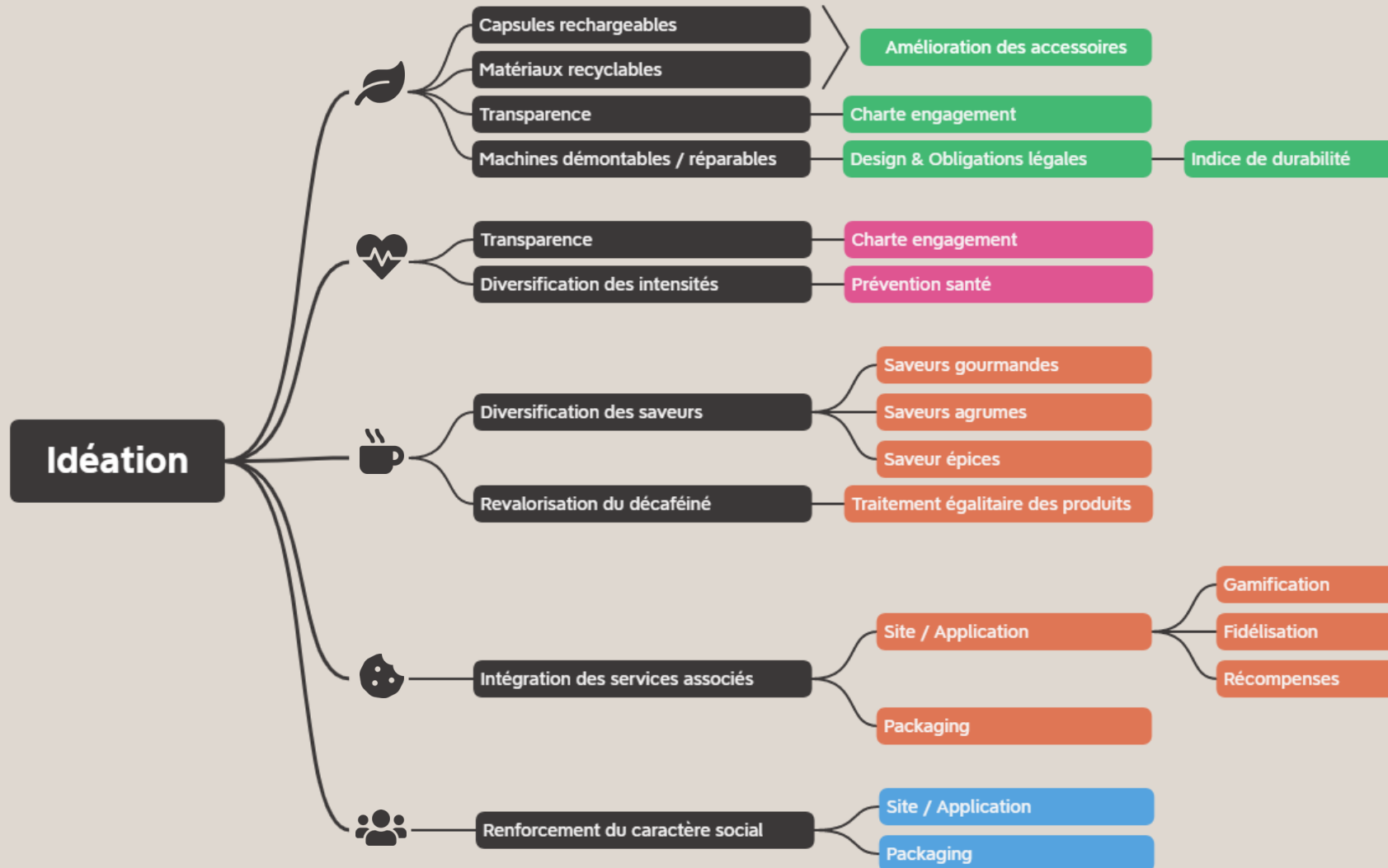
- Une expérience intimement liée à la recherche du bien-être ;
- Une expérience créatrice de lien social.



RECOMMENDATIONS

7

Quelques pistes



Personas



MERCI DE VOTRE ATTENTION