

## I) Échantillon Idéal - entretien individuel

Pour notre échantillonnage de l'entretien individuel que nous effectuerons en premier, nous avons pris les principales caractéristiques de nos innovations que nous avons gardé à savoir :

Un produit Kinder sans gluten, une barre Kinder protéinée et un produit Kinder aux différentes saveurs.

Pour notre échantillon, nous avons donc pris des caractéristiques de nos prospects.

Dans un premier temps, nous avons les activités sportives/habitudes de vie ou de consommation, car les innovations proposées ont un lien étroit sur les habitudes de vie principalement alimentaires. De plus, les barres protéinées ont quant à elles un lien direct avec les activités sportives.

Nous avons aussi échantillonné en fonction de l'âge en commençant avec le début de la sensibilisation alimentaire (18 ans) jusqu'au moment où une personne arrête le sport/la consommation de Kinder (45 ans).

Nous n'avons pas segmenté en fonction du sexe car nos produits sont aussi bien consommés/consommable par des hommes que par des femmes.

Nous n'avons pas non plus segmenté en fonction de la rémunération/ CSP car peu importe la rémunération Kinder a pour objectif de vendre des produits à tous avec des prix accessibles.

Enfin, nous ferons en sorte de garantir une parité entre les consommateurs réguliers de Kinder et les consommateurs occasionnels voir les non-consommateurs de Kinder pour pouvoir avoir les freins et les motivations à l'achat.

Nous allons avoir un échantillon réel de 10 personnes, cependant notre échantillon idéal serait de 30 personnes étant donné qu'il faut assez d'avis avant qu'une entreprise comme Kinder puisse se lancer dans une nouvelle activité. De plus, recueillir une diversité d'avis pourrait faire ressortir plus facilement les préférences des consommateurs.

