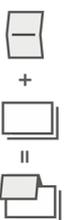


# Le marché idéal



| Activity type  | Innovation phase   | Difficulty | Duration |
|--|--|------------|----------|
| Analysis<br>Idea generation<br>Ideation  |  | 2/5        | 2h       |
| Location   | Materials required   |            |          |
| Salle de réunion équipée et assise   | Post-it, feutres, flipchart ou whiteboard  |            |          |
| Participants   | Operational team   |            |          |
| Cocreator<br>10 à 20<br>Les usagers potentiels<br>(consommateurs, organisateurs et ambulants) du marché que vous allez créer/tester/redynamiser.           | Modération (animation et coordination de l'atelier), secrétariat (prise de note et accompagnement du modérateur) |            |          |
| Veiller à respecter une certaine diversité et représentativité du panel en se fiant par exemple à des enquêtes chalandes et ambulants faites au préalable. |  |            |          |
| Avantages  | Important points   |            |          |
| Permettre la création ou l'amélioration d'un concept commercial par son utilisateur direct. Appropriation facile des usagers.                              | Atelier relativement long nécessitant des pauses et une modération précise.                                      |            |          |



METHODE    Analysis    Idea generation    Ideation

# Le marché idéal

Atelier ayant pour objectif la création, le test ou la redynamisation d'un marché local permettant de mieux comprendre les attentes du public cible selon l'approche de l'expérience client.

## Preparation

-

## Proceedings

Accueil

Présentation

Le concept général



La communication

L'implantation

Le portrait-robot

Le service client

La communauté

## Transmission of results