

LA SOCIÉTÉ JACQUET BROSSARD S'APPUIE SUR LA PLATEFORME ALIDA POUR DÉVELOPPER LA CUSTOMER CENTRICITÉ DE SES DEUX MARQUES

Alida, un leader du TXM (Total Experience Management), annonce aujourd'hui que Jacquet Brossard Distribution, acteur majeur de la boulangerie-pâtisserie industrielle française, renouvelle sa confiance et son partenariat avec Alida pour développer sa stratégie centrée sur le consommateur.

Depuis 2016, plus de 2 000 consommateurs collaborent avec les équipes Intelligence Marketing & Innovation pour imaginer les pains* Jacquet et les gâteaux Brossard de demain. Plus de 200 études qualitatives et quantitatives ont été menées pour comprendre les besoins des consommateurs, fiabiliser les processus d'innovation produits et optimiser les actions marketing. Des tests sur des emballages, des dégustations avec envois de produits ou encore des interviews sur des sujets d'innovation sont régulièrement proposés pour aider aux prises de décisions opérationnelles et stratégiques.

Initialement, il existait deux communautés de consommateurs engagés. La société a décidé de les fusionner pour créer "L'Atelier Jacquet Brossard". Cette nouvelle communauté a pour objectif de faire connaître davantage les deux marques et de renforcer la proximité avec les consommateurs grâce à un espace d'échange commun.

"Nos deux entités partagent une ambition commune : créer chaque jour de meilleurs produits, toujours plus proches des attentes et des besoins des consommateurs" déclare Céline Bertrand, Responsable Marketing et Innovation chez Jacquet Brossard. "L'Atelier Jacquet Brossard a trouvé une véritable place au sein de l'entreprise avec toujours plus d'interactions et de demandes de nombreux services en interne (marketing, innovation, commercial, etc.). Nous sommes ravis de la technologie et de l'accompagnement Alida qui permettent d'allier proximité avec nos consommateurs et prise en compte de la voix du client dans les décisions de notre entreprise."

"Nous sommes heureux d'accompagner les équipes Jacquet Brossard depuis plus de 5 ans dans leur stratégie de customer centricité" se réjouit Ross Wainwright, CEO de Alida. "La solution Alida permet à l'entreprise d'innover et d'apporter des réponses adaptées à la diversité des exigences de ses consommateurs."

A propos de Jacquet Brossard

Acteur majeur de la boulangerie-pâtisserie industrielle française, Jacquet Brossard est une entreprise spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de spécialités de pains* et de pâtisseries industrielles à travers ses marques Jacquet, Brossard et Milcamps. Jacquet Brossard réalise un CA de 300 millions d'euros en 2020 et emploie près de 1400 collaborateurs.

Jacquet Brossard couvre l'ensemble de l'offre en boulangerie et pâtisserie industrielles avec plus de 100 références de pains* (pains de mie, pains pour hamburger, pains festifs, biscottes...) et de

pâtisseries (gâteaux marbrés, brownies, cakes aux fruits, multicouches, gaufres ...) et apporte ainsi des réponses adaptées à la diversité des exigences de ses clients et de ses consommateurs.

A propos de Alida

Alida croit en un monde où les clients constituent la source ultime de vérité. Un monde où les meilleures décisions commerciales sont celles, prises avec les clients, et non pour eux. Alida a créé Alida TXM (Total Experience Management) pour combiner la voix des clients et la voix des collaborateurs et leur offrir une expérience exceptionnelle, améliorer les produits et optimiser l'expérience de marque. De grandes marques telles que Twitter, Toyota et Fnac Darty choisissent Alida, anciennement Vision Critical, comme partenaire privilégié pour créer des marques plus fortes, de meilleures conditions de travail, des produits plus innovants et pour renforcer la relation client durablement.

Suivez notre actualité sur notre site www.alida.com/fr et échangez avec nous sur les réseaux sociaux @alidaCXM.

**Pains spéciaux*



Consultez la version source sur businesswire.com :
<https://www.businesswire.com/news/home/20220119006056/fr/>