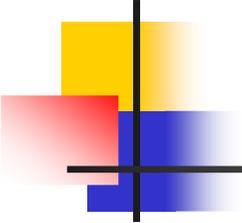


ETUDES ET RECHERCHES COMMERCIALES ET MARKETING

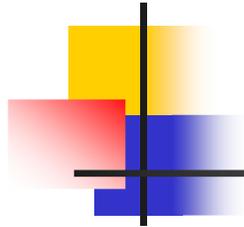


ETUDES ET RECHERCHES

LES ETUDES AD HOC

Elles sont utilisées en complément des panels pour répondre à un besoin spécifique.

Elles comprennent des études qualitatives et les études quantitatives



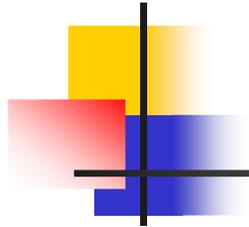
ETUDES ET RECHERCHES

LES ETUDES QUALITATIVES

Elles ont pour objet d'explorer plutôt que de quantifier ou de compter.

Typiquement elles sont utilisées sur les thèmes:

- Compréhension des motivations, attentes et désirs du consommateur,
 - Etude des marques,
- Compréhension des comportements de consommation

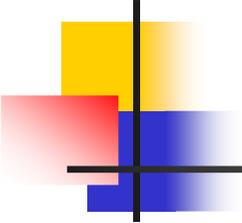


ETUDES ET RECHERCHES

LES OUTILS

Les interviews individuelles

Les interviews de groupe



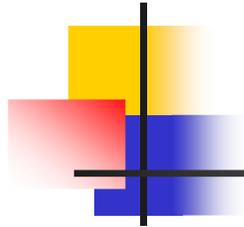
ETUDES ET RECHERCHES

LES ETUDES QUANTITATIVES

Globalement l'idée est de quantifier ce qui a été identifié dans l'étude qualitative.

Trois grands modes d'exécution:

- Le questionnaire en face à face,
- Le questionnaire par téléphone,
- Le questionnaire par voie postale et sa variante internet.



ETUDES ET RECHERCHES

LES PANELS

Il existe 2 sortes de panels:

1. Panel de détaillants
2. Panel de consommateurs