PROJET START UP

Pré Test qualitatif

Proposition M2

M2 – marquemedia@orange.fr – 0673738240 - 12 rue de montreuil Vincennes 94300 – RCS : B 452 159 296 Siret : 452 159 296 00014 – TVA FR24452159296

Contexte

Tout projet avant lancement comporte des inconnus, des incertitudes liées :

- À la compréhension des besoins
- Au positionnement
- A la définition des cibles
- Aux usages potentiels

Le plus souvent, un projet reste à affiner, optimiser pour éviter les risques de déception ou l'incompréhension.

D'autant que, contre une idée reçue, le marché est peu conciliant envers la nouveauté.

Objectifs de l'enquête pré test

- Recueillir les réactions spontanées des cibles à votre concept, votre positionnement, sa différence
  - Perception, compréhension, adhésion
  - Cibles projetées (intéressées / non intéressées)
- Faire émerger les ressorts d'attrait et de résistance au projet
  - Liés aux habitudes, aux dynamiques du marché, aux besoins du marché
- Identifier les points d'optimisation et attentes sous-jacentes et explicites

In fine, contribuer à la décision et au calendrier du projet en identifiant les points validés et ceux restant à clarifier ou optimiser

Principes de l'enquête

UNE ÉTUDE QUALITATIVE

10/12 entretiens individuels auprès d'un échantillon homogène

Nombre suffisant pour faire émerger les principaux points de consensus et lignes de fracture

UN ÉCHANTILLON DE CLIENTS POTENTIELS

Ou un échantillon d'experts ou d'observateurs du marché

Selon le projet ou la problématique

UN PROJET TESTÉ A PARTIR D'UN « DOC TEST »

Comprenant le concept, la cible, la promesse, les services rendus/ contenus délivrés, le modèle économique (6/7 slides)

Un doc test n'est pas un argumentaire mais les essentiels du projet sous une forme simple et neutre de façon à se concentrer sur les forces et éventuels points de fragilité du projet

DES MODALITÉS DE RÉALISATION SIMPLES & PRO

Entretiens menés en distanciel par un expert des études de pré test
Garantie de confidentialité et propos anonymisés
Guide d'entretien spécifique, adapté aux critères testés

DES RÉSULTATS & RECOMMANDATIONS

Principales dynamiques et besoins du marché
Pratiques actuelles, atouts et limites
Perception générale du projet
Forces et points d'optimisation du projet

- Opportunités et limites
- Recommandations

Etapes

PHASE PRÉPARATOIRE

Conception du doc test par M2 et équipe projet	Guide entretien par M2	Remise d'un fichier de contacts par équipe projet

PHASE DE RÉALISATION

Prise de rendez-vous (1 semaine)	Entretiens en distanciel (1 heure) (2 semaines)

PHASE D'ANALYSE & RECOMMANDATIONS

Analyse & synthèse des entretiens Recommandations	Présentation orale des résultats

Coût

Le coût de l'enquête est d'un montant forfaitaire 6 000 € ht, remisé à 5 000 € ht pour les membres du Lab RH.

Il comprend toutes les phases de l'enquête :

- Conception du doc test
- Guide d'entretien
- Prise de rendez-vous et entretiens
- Synthèses & recommandations

Marque LMEDIA

Qui sommes-nous?

Agence de Conseil & Etudes marketing qualitatives

Contact
Valérie Migata – 0673738240

Nos expériences

- Accompagnement des marques de presse dans leur stratégie éditoriale et leur expérience usager & client (btoc)
- Accompagnement des start up dans leur projet de lancement (btob)

Ce que nous réalisons

- Pré test de projets, de nouveaux supports
- Bilan de perception et d'usage de la proposition et voies d'optimisation
- Exploration des attentes et des pratiques de publics acquis ou de conquête

Nos méthodes qualitatives

- Entretiens individuels
- Réunions de groupe / focus group

L'AGEFI · CentreFrance · SUD OUEST · Le Point · VORWERK · LA CROIX · Le Télégramme · LUMA ARLES