

Etude de faisabilité, dossier CDEC, satisfaction du client... Des leitmotivs bien connus des entreprises qui souhaitent se développer. Les dirigeants font de plus en plus appel à des cabinets de marketing pour les aider dans leur développement commercial et leur stratégie marketing. Jacques Gaillard, directeur de la société Cogem, nous présente son métier de conseiller en stratégie et développement.

L'avenir passera par Internet

Pourquoi les entreprises font-elles appel à vous ?

Aujourd'hui les marchés et les concurrents sont de plus en plus féroces. Le consommateur a donc des attentes plus fortes car il a face à lui une offre toujours plus large et un choix grandissant de produits ou d'enseignes. Les entreprises doivent donc valider leur concept, l'adhésion à leurs produits ou leur marque, et tester la satisfaction de leurs clients. Le rôle de notre cabinet est clair : aider le chef d'entreprise et son équipe marketing à analyser leurs idées et actions, et les conseiller en apportant des axes d'amélioration.

Quelles sont vos principales interventions ?

Nous avons trois grands axes de travail :

- Notre première activité est la réalisation d'étude de satisfaction. Il existe plusieurs façons de mesurer le taux de satisfaction : via des visites mystères avec la validation de critères de qualité définis dans un cahier des charges précis, fourni par notre client ; par les sondages quantitatifs ou des approches qualitatives ; et enfin par une enquête menée sur les clients du "fichier réclamation". Il s'agit là de notre cœur de métier et nos clients sont des banques, des chaînes de distribution, des organismes publics ou des industries, localisés dans la France entière.

- Notre deuxième activité repose sur l'étude des potentialités d'un site commercial, grâce notamment à une étude préalable d'implantation où l'on cherche à connaître la zone de chalandise ; un positionnement concurrentiel (étude de notoriété et d'image) ;



ensuite nous conseillons notre client sur sa capacité à évoluer en apportant des axes de perfectionnement.

- Enfin, autre activité du cabinet, les études de faisabilité des projets pour lesquelles nous réalisons des enquêtes qualitatives (sur des focus groupes et lors d'entretiens individuels), ainsi qu'une validation par une enquête quantitative pour tester l'adhésion du public au projet.

D'après vous, quelles sont les perspectives de développement pour les cabinets d'études marketing et de conseil en développement ?

Je pense très clairement que l'avenir de notre métier passera par Internet, c'est un média incontournable. Plus de 80 % de notre clientèle se trouve en dehors de la région Auvergne et Internet a grandement facilité notre travail. De plus, l'enquête par mail est bien moins

intrusive qu'un sondage réalisé par téléphone ou en "porte à porte". Le sondé a la liberté de répondre quand il le souhaite. C'est lui qui fait la démarche de se connecter, on peut donc considérer qu'il aura répondu de façon plus sincère et pertinente. D'ailleurs le taux de réponse est très bon, surtout si l'on raisonne en terme d'investissement, qu'il s'agisse du prix de revient ou bien du temps de traitement d'un questionnaire. Grâce à cet outil, nous avons aujourd'hui la possibilité de répondre à des demandes de clients que nous n'aurions jamais pu satisfaire sans Internet. On peut toucher à un moment précis un très grand nombre de personnes, quelle que soit leur localisation. C'est vraiment révolutionnaire et c'est sans nul doute notre outil de travail de demain.

En savoir plus :
Cogem, 04 73 14 66 42
cogem@cogem-marketing.com

témoignage



Eric Chambefort développeur chez Dafy Moto

Eric Chambefort, développeur chez Dafy Moto, société d'équipementier et accessoiriste moto, souhaitait déployer un réseau de magasins sur la France entière. «Nous sommes installés depuis 1974 sur Clermont-Ferrand, et lorsque nous avons souhaité nous développer dès 2000, nous avons fait appel aux services du cabinet Cogem pour nous aider dans le montage de nos dossiers CDEC. Ils ont étudié l'impact économique, réalisé les études de marché pour l'implantation de chacun de nos magasins ainsi que pour notre réseau de franchisés. Ils ne font pas qu'une étude marketing, mais ils vont plus loin en étant force de propositions et en nous conseillant dans notre stratégie de développement. Outre leurs références, le fait qu'ils soient Clermontois nous a confortés dans notre choix. La proximité est un vrai plus pour nous !»