



























# **EN VERBATIM, LE RETOUR D'EXPÉRIENCE DE NOS CLIENTS**

Image by Freepik

# QUI SONT LES CLIENTS INTERROGÉS ?

  <p><b>Karine Warde,</b> responsable pôle Marque &amp; Publicité Direction de la Communication</p>	  <p><b>Sébastien Melouki,</b> responsable d'études marketing</p>	  <p><b>Nada Gholam,</b> director Data &amp; Consumer insights France &amp; Africa</p>	  <p><b>Nathalie Rousseaux,</b> directrice marketing</p>
  <p><b>Sylvie Péron Albessard,</b> directrice marketing</p>	  <p><b>Mathilde Villemot,</b> chef de projets Budget et Développement</p>	  <p><b>Barbara Ovadia-Arpino,</b> program manager</p>	  <p><b>Marianne Bédé,</b> SVP global marketing head of market studies Africa</p>
  <p><b>Aurélie Girard de Vasson,</b> responsable communication &amp; RSE</p>	  <p><b>Laetitia Lopez,</b> responsable coordination marketing</p>	  <p><b>Oliver Rasquinet,</b> directeur associé</p>	  <p><b>Edouard de Broglie,</b> entrepreneur</p>

# QUELS SONT LES RESENTIS-CLÉS À PROPOS DE QUALIQUANTI ?

1 De la réactivité et de l'implication

2 De la transparence  
tout au long de l'étude

3 De l'hybridation Quali & Quanti

4 Des recrutements de haute qualité

Du Quali en distanciel

5

Des résultats riches,  
concrets et inspirants

6

# 1. DE LA RÉACTIVITÉ ET DE L'IMPLICATION

Une équipe à taille humaine, senior, avec un interlocuteur dédié au client

“



*QualiQuanti se donne les moyens de réaliser des études sur mesure, en réponse à des besoins spécifiques. Sa valeur ajoutée ? La fine compréhension des problématiques et sa démarche de partenariat dans la réalisation de l'étude.*

Nada Gholam |



“



*QualiQuanti me laisse une image positive, en particulier grâce à la qualité de la relation établie. L'équipe se montre toujours disponible quand on a des questions ; les échanges sont fluides. Nous nous comprenons. Nous avons bien collaboré ensemble.*

Mathilde Villemot |



“



*À l'écoute, force de proposition, exécution rapide et facile... Les collaborateurs de QualiQuanti apportent un œil neuf qui nous oblige à reformuler notre problématique, à reconsidérer notre produit. Le fait d'être remis en question par un professionnel avant de bâtir l'étude nous sort de notre zone de confort.*

Marianne Bédé |



## 2. DE LA TRANSPARENCE TOUT AU LONG DE L'ÉTUDE

Un accès en temps réel aux données et des compte rendus d'analyse réguliers avant la synthèse finale

“



*QualiQuanti nous transmet des résultats et des feedbacks au fil de l'eau. C'est une dimension humaine que j'apprécie.*

Laetitia Lopez |



“



*Je me suis vraiment sentie accompagnée. À chaque étape, tout était clair, bien défini, avec un timing. On savait comment avancer et quand.*

Aurélie Girard de Vasson |



“



*Toutes les discussions sont retranscrites par écrit : cela permet de savoir exactement sur quoi repose l'analyse de QualiQuanti. C'est aussi le moyen de bien contextualiser les feedbacks des consommateurs.*

Karine Warde |



### 3. DE L'HYBRIDATION QUALI & QUANTI

Une capacité à articuler Quali et Quanti et à produire du Big Quali

“



*Pour moi, le « Quali » de QualiQuantum résonne tout à la fois comme « études qualitatives » et « études de qualité »... C'est la marque de fabrique de QualiQuantum.*

Laetitia Lopez |



“



*La principale qualité de QualiQuantum réside dans la souplesse et l'adaptabilité des outils proposés et dans la possibilité d'alterner entre le Quali et le Quanti au sein d'un même institut d'études. Le quanti éclaire l'analyse du quali – et inversement –, pour apporter une réponse globale à un sujet donné.*

Edouard de Broglie |

DANS LE NOIR ?

“



*La notion de Big Quali, c'est la faculté de rebondir tout au long du processus. D'autres études procèdent en entonnoir : on arrive à un résultat unique. Au lieu d'apporter une réponse à une question, QualiQuantum propose un tour du sujet – le plus riche possible – pour trouver des solutions.*

Sylvie Péron Albessard | **Rougier & Plé**  
la grande maison des arts créatifs

## 4. DES RECRUTEMENTS DE HAUTE QUALITÉ

En deux étapes – pré-recrutement *online* et téléphonique –, via le panel *TestConso.fr* ou les fichiers clients



“

*Notre demande ?  
Disposer d'un panel de  
qualité, avec un processus  
de sélection des  
participants plus humain,  
plus qualitatif,  
moins industrialisé.  
Nous nous sommes bien  
reconnus dans l'approche  
humaine de QualiQuant.*

Barbara Ovadia-Arpino |  lesfurets



“


*QualiQuant a été capable  
de recruter des répondants  
sur la base d'un fichier  
fourni contenant peu de  
clients, ce qui a permis  
d'interroger des profils  
rares mais indispensables  
pour dresser une typologie  
complète de nos publics.*

Sébastien Melouki | 



“

*Avec un processus  
de recrutement en  
deux temps – via Internet,  
puis par téléphone –,  
QualiQuant parvient  
à sélectionner  
les consommateurs  
les plus pertinents  
pour obtenir  
des réactions de qualité.*

Nathalie Rousseaux | 

## 5. DU QUALI EN DISTANCIEL

Une pratique du Quali *online* depuis 2006 – forums, communautés et visio – avec une couverture nationale

“



*Organiser des réunions de consommateurs en ligne présente beaucoup d'avantages. En étant chez eux, les gens se montrent plus détendus. Il n'y a pas d'architecture de l'espace ; donc il y a moins de place pour les leaders. Les participants respectent le temps de parole de chacun.*

Sylvie Péron Ibessard | **Rougier & Plé**  
la grande maison des arts créatifs

“



*Je conserve un souvenir fantastique des groupes WhatsApp dédiés à Bricomarché, à Bricorama... Les consommateurs étaient hyper impliqués, hyper authentiques. Ils allaient jusqu'à prendre des photos de leur jardin et de leur cabane à outils !*

Oliver Rasquinet |



Minala Design Strategy

“



*Le fonctionnement à distance est efficace en termes de réactivité et de disponibilité. En termes de représentativité, cela permet d'avoir plus de CSP disponibles. Cela offre également une bonne représentativité territoriale.*

Nathalie Rousseaux |





## 6. DES RÉSULTATS RICHES, CONCRETS ET INSPIRANTS

Des rapports d'études illustrés, avec deux niveaux de lecture – synthèse et résultats détaillés

“



*Les slides de QualiQuanti sont très visuelles : en un clin d'œil, on comprend les résultats de l'étude.*

Aurélie Girard de Vasson |



“



*Un rapport de QualiQuanti est inspirant, apporte des résultats concrets, donne des idées. L'étude permet de relever des points à appliquer dans la foulée et d'avoir une vision futuriste – sur le long terme, avec des pistes de réflexion pour l'avenir.*

Laetitia Lopez |



“



*Ce type d'études donne une vision synthétique et analytique, plus complète. À la clé, deux niveaux de lecture. D'une part, une compréhension rapide des résultats ; d'autre part, un zoom sur les détails pour creuser les informations.*

Karine Warde |



# CONTACTS

**Daniel BÔ – PDG fondateur**  
[daniel.bo@qualiquanti.com](mailto:daniel.bo@qualiquanti.com)

**Pierre GAILLARDON – Directeur d'études**  
[pgaillardon@qualiquanti.com](mailto:pgaillardon@qualiquanti.com)

**Claude-Emmanuelle COURATIER – Directrice conseil**  
[cecouratier@qualiquanti.com](mailto:cecouratier@qualiquanti.com)



12 bis rue Desaix, 75015 PARIS

01 45 67 62 06

Site : [www.qualiquanti.com](http://www.qualiquanti.com)