

**NORMÉE
ISO 9001**

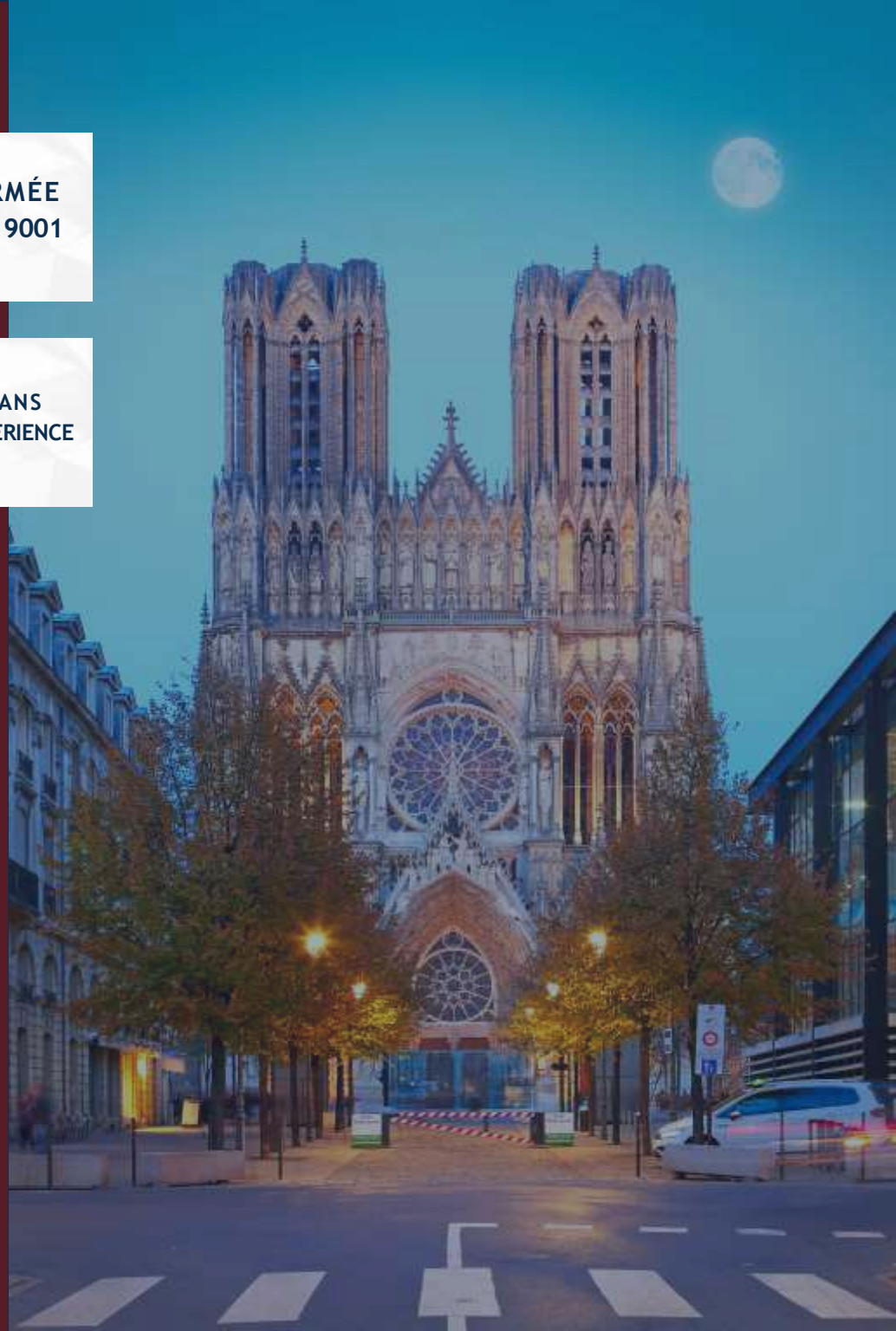
**57 ANS
D'EXPÉRIENCE**

NEOMA CONSEIL

La Junior-Entreprise de NEOMA à
Rouen, et Reims



S'UNIR POUR RÉUSSIR





SOMMAIRE



■ 1 Présentation de
Neoma Conseil

■ 2 Nos Offres

■ 3 Nos Études



1 Présentation de Neoma Conseil





Présentation *de Neoma Conseil*

Neoma Conseil est la Junior-Entreprise de NEOMA Business School, implantée sur les campus de Reims, de Rouen et de Paris. Créée en 1969, elle fait partie des structures les plus expérimentées du mouvement des Junior-Entreprises.

Chaque année, Neoma Conseil accompagne entreprises, entrepreneurs et institutions dans leurs projets d'analyse et de développement, à travers des études sur mesure en marketing, communication, stratégie, finance et entrepreneuriat.

S'appuyant sur la formation d'excellence de NEOMA Business School et sur l'engagement de ses membres, Neoma Conseil garantit à ses clients rigueur, réactivité et professionnalisme.

Notre ambition : Faire de vos projets une réussite concrète.





Nos Valeurs

CONFIANCE

L'excellence et le dynamisme de nos membres sont le gage de votre **CONFIANCE**. En choisissant NEOMA Conseil, vous bénéficiez d'une expertise sectorielle pointue et d'un historique de projets complexes réussis. Notre expérience est la garantie de résultats tangibles et d'une réelle valeur ajoutée pour votre croissance.

DYNAMISME

Le **DYNAMISME** de notre équipe repose sur 36 chefs de projets sélectionnés parmi 10 000 talents. Réactifs et investis, ils mettent leur expertise et leur regard neuf sur les enjeux écologiques et sociaux au service de votre structure. Avec NEOMA Conseil, bénéficiez de solutions agiles et de conseils de haute qualité.

EXCELLENCE

L'**EXCELLENCE** est au cœur de notre démarche. Portés par l'expertise académique de NEOMA et 56 ans de savoir-faire, nous répondons à vos défis en Marketing, Finance et RH avec une exigence certifiée ISO 9001. Nous transformons nos acquis en recommandations concrètes et pertinentes pour votre structure.

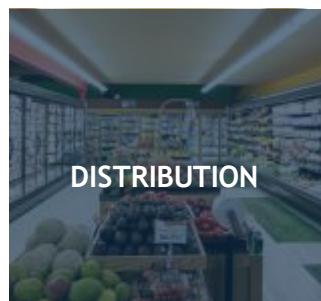
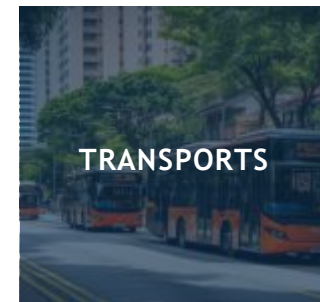


Nos Partenaires





Nos domaines d'expertise





2

Nos Offres





COMPRENDRE POUR MIEUX DÉCIDER



ÉTUDE DE MARCHÉ



BENCHMARK



FOCUS GROUP

DONNER VIE À VOS PROJETS, SÉCURISER VOS AMBITIONS



ÉTUDE MYSTÈRE



BUSINESS PLAN



ÉTUDE DE MARCHÉ

FAIRE RAYONNER VOTRE MARQUE



STRATÉGIE DE
RÉFÉRENCEMENT



STRATÉGIE DE
COMMUNICATION



PLAN DE
COMMUNICATION

DES ÉQUIPES ENGAGÉES POUR UNE ORGANISATION EFFICACE



ENQUÊTE DE
SATISFACTION



ÉTUDE DE
PERCEPTION



AUDIT
ORGANISATIONNEL



ÉTUDES & ANALYSES

Anticipez les tendances du marché et prenez des décisions éclairées en identifiant les attentes de vos clients grâce à une analyse complète de votre environnement et de vos concurrents.



ÉTUDE DE MARCHÉ

Une étude de marché vise à **analyser votre environnement concurrentiel et sectoriel** afin de valider la pertinence de votre projet. Elle permet d'identifier les opportunités, les menaces, les attentes des clients et de **sécuriser vos décisions stratégiques**.



BENCHMARK

Un benchmark consiste à **comparer vos pratiques et performances** à celles de vos concurrents ou acteurs de référence. Il permet d'identifier les écarts, les bonnes pratiques et les axes d'amélioration afin de **renforcer votre positionnement**.



FOCUS GROUP

Un focus group consiste à **recueillir des avis qualitatifs auprès d'un panel ciblé**. Il permet d'approfondir la compréhension des attentes, de tester des concepts et d'**affiner vos décisions stratégiques**.





LANCEMENT DE PROJET & STRATÉGIE

Anticipez les tendances du marché et prenez des décisions éclairées en identifiant les attentes de vos clients grâce à une analyse complète de votre environnement et de vos concurrents.



ÉTUDE DE MARCHÉ

Une étude de marché vise à **analyser votre environnement concurrentiel et sectoriel** afin de valider la pertinence de votre projet. Elle permet d'identifier les opportunités, les menaces, les attentes des clients et de **sécuriser vos décisions stratégiques**.



BUSINESS PLAN

Un business plan vise à **structurer et formaliser votre projet** sur les plans stratégique, opérationnel et financier. Il permet d'évaluer la viabilité du projet et de **convaincre partenaires et investisseurs**.



ÉTUDE MYSTÈRE

Une étude mystère consiste à **évaluer la qualité de service en situation réelle** à travers l'intervention d'un client anonyme. Elle permet de mesurer la conformité aux standards définis et d'**optimiser l'expérience client**.





MARKETING & COMMUNICATION

Anticipez les tendances du marché et prenez des décisions éclairées en identifiant les attentes de vos clients grâce à une analyse complète de votre environnement et de vos concurrents.



STRATÉGIE DE
COMMUNICATION

Une stratégie de communication vise à **déterminer le positionnement, les messages clés et les objectifs** à atteindre. Elle permet de structurer votre prise de parole et de **renforcer votre impact sur le marché.**



PLAN DE
COMMUNICATION

Un plan de communication a pour objectif de **définir les actions et canaux à mobiliser** pour atteindre votre cible. Il permet d'organiser vos messages, d'optimiser vos ressources et d'**assurer la cohérence de votre communication.**



STRATÉGIE DE
RÉFÉRENCEMENT

Une stratégie de référencement a pour objectif d'**améliorer votre visibilité sur les moteurs de recherche.** Elle permet d'optimiser votre positionnement, d'augmenter le trafic qualifié et de **développer votre notoriété en ligne.**





MANAGEMENT & ORGANISATION INTERNE

Anticipez les tendances du marché et prenez des décisions éclairées en identifiant les attentes de vos clients grâce à une analyse complète de votre environnement et de vos concurrents.



ENQUÊTE DE
SATISFACTION

Une enquête de satisfaction a pour objectif **d'évaluer le niveau de satisfaction et de fidélisation** de vos clients. Elle permet d'identifier les points forts, les axes d'amélioration et de **renforcer la qualité de l'expérience client**.



AUDIT
ORGANISATIONNEL

Un audit organisationnel vise à **analyser votre fonctionnement interne et vos processus**. Il permet d'identifier les dysfonctionnements, d'optimiser la performance globale et de **renforcer l'efficacité opérationnelle**.



ÉTUDE DE
PERCEPTION

Une étude de perception vise à **évaluer l'image et la notoriété** de votre marque auprès de votre cible. Elle permet de comprendre comment vous êtes perçu, d'identifier les leviers d'amélioration et de **faire évoluer votre positionnement stratégique**.





EXEMPLE DE LIVRABLES

Extrait d'une stratégie de communication



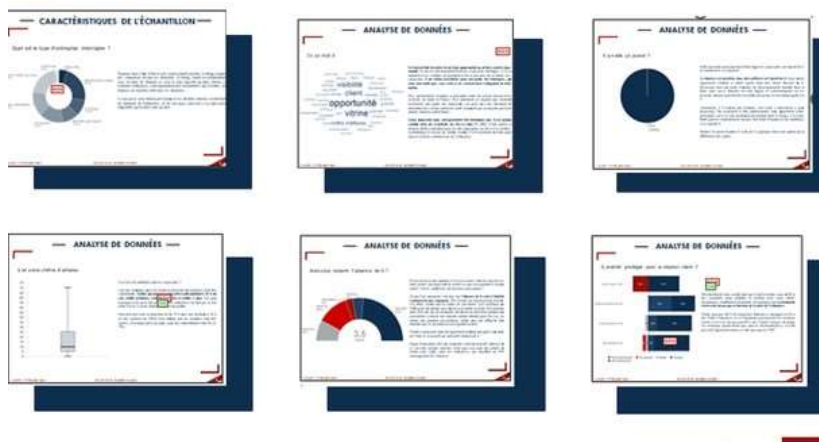
Extrait d'un Benchmark





EXEMPLE DE LIVRABLES

Extrait d'une étude quantitative



Extrait d'une étude qualitative





3

Nos Études





NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché concernant la perception des habitants locaux quant à la plateforme pétrolière et gazière



Fourchette budgétaire : 15 000 – 20 000 €

Contexte de l'étude :

- Sixième entreprise la plus rentable au monde, **ExxonMobil/ North Atlantic** est l'une des plus grosses « **supermajors** » **pétrolières internationales**, avec **45 raffineries** dans **25 pays** et **42 000 stations-service** sous les marques **Exxon, Esso et Mobil**,
- Dans le cadre du développement de sa **plateforme de Fos-sur-Mer** (Bouches-du-Rhône), classée **Seveso 2**, **ExxonMobil/ North Atlantic** est attentive à la **qualité de vie des riverains** et réalise tous les deux ans une **enquête de perception** afin de suivre l'évolution de leurs préoccupations — **Neoma Conseil** ayant déjà mené **onze études similaires** pour le compte du client,
- Cette évaluation s'appuie sur une **étude quantitative**, réalisée par la **mise à jour du questionnaire existant**, administré auprès d'un **échantillon représentatif** de la population de **Fos-sur-Mer**, permettant de **mettre en perspective les résultats** avec ceux des années précédentes.

Méthodologie :

- **Élaboration** de l'échantillon selon la **méthode des quotas de l'INSEE**, sur la base d'une population mère de **15 857 à 25 000 habitants**, répartie selon le **sexe**, l'**âge** et la **catégorie socioprofessionnelle**,
- **Administration** de **350 à 500 questionnaires** auprès des habitants et de leurs préoccupations quant à la raffinerie, dans le respect des quotas avec une **marge d'erreur de plus ou moins cinq questionnaires** par segment,
- **Analyse des résultats** et **rédaction d'une synthèse comparative**, mettant en perspective les résultats obtenus avec ceux des **enquêtes précédentes**, sous la forme d'un **support de restitution** similaire à celui de l'édition précédente.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude sur l'évolution du métier d'assistant de service face aux évolutions technologiques



Fourchette budgétaire : 3 000 – 6 000 €

Contexte de l'étude :

- La **centrale nucléaire de Paluel** (EDF) fait face à d'importantes **évolutions technologiques**, qui rendent le travail des **assistants de service** de moins en moins indispensable aux **chefs de service**, mettant en péril la **pérennité de ce poste** sur le site,
- Afin d'accompagner cette transition, **le client** souhaite **recenser l'ensemble des activités** réalisées par les assistants de service, en évaluer la **plus-value**, et recueillir les **attentes des assistants** comme des **managers** quant à l'avenir de ce métier,
- **Neoma Conseil** accompagne le client dans cet **audit organisationnel**, avec pour objectif d'évaluer la **situation sociale et professionnelle des assistants de service**, afin d'en tirer des **conclusions et recommandations** sur l'évolution de leur poste.

Méthodologie :

- **Recensement** de l'ensemble des activités réalisées par les assistants de service et **évaluation de leur plus-value**,
- **Recueil des avis et attentes** des assistants de service quant aux perspectives d'évolution de leur métier, et **consultation des chefs de service et managers** sur la place et l'importance de ce poste,
- **Analyse des données recueillies** afin d'établir le **noyau dur des activités** des assistants de service et de formuler des **recommandations opérationnelles** quant à l'évolution de ce poste sur le site de Paluel.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché concernant les parties prenantes, le développement durable et la responsabilité sociale



Fourchette budgétaire : 20 000 – 23 000 €

Contexte de l'étude :

- **Total** est une entreprise pétrolière française privée, membre des **supermajors** (les six plus grosses entreprises mondiales du secteur), et couvre l'ensemble de la chaîne de production, de l'**extraction du pétrole et du gaz** au **raffinage** et à la **chimie de spécialité**,
- La **branche Raffinage-Chimie**, et en particulier la **plateforme Normandie**, place le **respect**, l'**écoute** et le **dialogue avec ses parties prenantes** au cœur de sa stratégie sociétale, avec deux objectifs : **identifier les attentes prioritaires** des parties prenantes et **élaborer un plan d'action sociétal**;
- Pour répondre à ces objectifs, **Total** a fait appel à **Neoma Conseil**, qui interviendra sur les étapes **d'interview des parties prenantes** et **d'analyse des écarts**, dans le cadre de la méthodologie **SRM+ (Stakeholder Relationship Management)** développée par le groupe.

Méthodologie :

- **Élaboration** d'un listing des parties prenantes à interroger, en collaboration avec le client, et **envoi d'un courrier** informant chaque partie prenante de la démarche,
- **Conduite** des **entretiens semi-directifs** (environ 60 minutes chacun), structurés autour de **quatre thèmes** (relations et dialogue, impacts HSE, développement économique local, développement humain et social), selon le référentiel fourni par Total,
- **Rédaction** d'une **restitution fidèle des échanges** (verbatim inclus) et d'un **compte-rendu par partie prenante**, incluant les citations clés, l'état de la relation et les **axes de progrès identifiés**, en vue d'élaborer la **stratégie et le plan d'action sociétal**.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché concernant la perception des habitants locaux quant au site industriel de production de gaz



Fourchette budgétaire : 8 000 – 10 000 €

Contexte de l'étude :

- Leader mondial des gaz, technologies et services pour l'industrie et la santé, **Air Liquide** est l'une des plus grosses entreprises du secteur, avec environ **65 000 collaborateurs**, une présence dans **59 pays** et près de **4,3 millions de clients et patients** desservis dans le monde, pour un chiffre d'affaires d'environ **27 milliards d'euros**,
- Dans le cadre de l'exploitation de son site **Air Liquide France Industrie (ALFI) à Moissy-Cramayel** (Seine-et-Marne), classé **Seveso seuil haut**, Air Liquide est attentive à la **qualité de vie des riverains** et réalise tous les deux ans une **enquête de perception** afin de suivre l'évolution de leurs préoccupations,
- Cette évaluation s'appuie sur une **étude quantitative**, réalisée par la **mise à jour du questionnaire existant**, administré auprès d'un **échantillon représentatif** de la population de **Moissy-Cramayel**, permettant de **mettre en perspective les résultats** avec ceux des années précédentes.

Méthodologie :

- **Élaboration** de l'échantillon selon la **méthode des quotas de l'INSEE**, sur la base d'une population mère de **15 000 à 20 000 habitants**, répartie selon le **sexe**, l'**âge** et la **catégorie socioprofessionnelle**,
- **Administration** de **350 à 500 questionnaires** auprès des habitants et de leurs préoccupations quant à la plateforme industrielle, dans le respect des quotas avec une **marge d'erreur de plus ou moins cinq questionnaires** par segment,
- **Analyse des résultats** et **rédaction d'une synthèse comparative**, mettant en perspective les résultats obtenus avec ceux des **enquêtes précédentes**, sous la forme d'un **support de restitution** similaire à celui de l'édition précédente.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché visant à identifier les opportunités de valorisation des déchets de la filière poisson en France



Fourchette budgétaire : 7 000 – 12 000 €

Contexte de l'étude :

- **Veolia Propreté** – SARP Industries, **acteur du développement durable**, dédié à la **gestion de la propreté** (déchets ménagers, industriels, nettoyage urbain, valorisation agronomique, sols pollués, recyclage), **engagé dans une démarche d'innovation permanente**,
- Avec la **croissance démographique mondiale**, la **production de poissons** (pêche et pisciculture) **augmente fortement**, générant des **volumes croissants de déchets** à traiter/recycler dans un **contexte de RSE**,
- Le client **souhaite pénétrer le marché des sous-produits de la filière poisson en France** et fait appel à Neoma Conseil **pour identifier les gisements de déchets, chiffrer leur potentiel** et **formuler des recommandations**, avec une attention particulière portée aux déchets gras.

Méthodologie :

- **Recherche documentaire** pour **identifier les acteurs du marché** (de l'amont à l'aval) et **recueillir des données statistiques/qualitatives** (Internet, CCI, Kompass, INSEE, fédérations),
- **Conduite des entretiens semi-directifs téléphoniques** (~50 min) auprès des **entreprises de transformation**, puis analyse horizontale, verticale et transversale,
- **Administration de 307 questionnaires** (méthode des quotas, marge d'erreur 5%) auprès des **acteurs du circuit**, puis **rédaction d'un rapport de synthèse et recommandations**



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché sur les habitudes de recharge des véhicules électriques aux abords des grandes surfaces



Fourchette budgétaire : 10 000 – 12 000 €

Contexte de l'étude :

- **Voltalia Mobility**, filiale du groupe **Voltalia** (leader des énergies renouvelables, présent dans **17 pays** avec plus de **1 500 salariés**), souhaite lancer une activité de **recharge de véhicules électriques** sur les parkings d'**Auchan, Decathlon et Leroy-Merlin**, sous la marque **LePLEIN**,
- Le marché de la **recharge de véhicules électriques** est en **forte expansion** (75 279 points de recharge en France en 2022), avec une projection de **15 millions de véhicules électriques** d'ici **2035**, nécessitant environ **1,5 million de bornes** supplémentaires,
- Afin d'**élaborer une stratégie concrète de lancement**, **Voltalia Mobility** fait appel à **Neoma Conseil** pour mieux **comprendre les besoins des clients potentiels** et adapter son offre en conséquence.

Méthodologie :

- **Réalisation** d'une **campagne de collecte de données** auprès des utilisateurs de bornes de recharge, afin de comprendre leurs **habitudes de fréquentation** aux abords des grandes surfaces,
- **Conduite** d'une **enquête de terrain concrète et fiable**, permettant de **valider la viabilité** de l'étude de marché pilote du projet,
- **Analyse** de l'ensemble des données recueillies, afin d'établir un **panorama des potentialités** et de formuler des **recommandations opérationnelles** quant à la **meilleure stratégie commerciale** à adopter.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché portant sur les usages et les besoins de fiabilisation du signal GPS à Rouen



Fourchette budgétaire : 4 000 – 7 000 €

Contexte de l'étude :

- **Thales**, acteur majeur de l'**aéronautique**, de l'**espace**, du **transport terrestre**, de la **sécurité et de la défense**, compte plus de **68 000 collaborateurs** et est présent dans **56 pays**,
- Le groupe est notamment présent sur le **marché des GPS**, dont le signal, bien que précis, reste **faible et sujet à des interférences**, entraînant des **difficultés d'utilisation** encore mal identifiées,
- Afin d'**identifier un potentiel marché de service** pour fiabiliser le signal GPS, **Thales** fait appel à **Neoma Conseil** pour **catégoriser les différents usages et utilisateurs** du GPS sur l'estuaire et la zone portuaire de **Rouen**, site potentiellement soumis à des interférences du fait de sa localisation en centre-ville.

Méthodologie :

- **Réalisation** d'une **étude documentaire** afin d'identifier les différents **utilisateurs du GPS** sur la zone portuaire de Rouen ainsi que les **problèmes rencontrés** selon leur usage,
- **Conduite d'entretiens semi-directifs** auprès de **200 utilisateurs sélectionnés**, en face à face, afin de recueillir leur **ressenti** sur ces problèmes et leur avis sur les **solutions proposées par Thales**,
- **Analyse** croisée des données (**horizontale, verticale et transversale**) et rédaction d'un **rapport de synthèse** comprenant des **recommandations opérationnelles** pour fiabiliser le système GPS.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de la satisfaction des clients vis-à-vis de l'offre commerciale et du service client



Fourchette budgétaire : 5 000 – 8 000 €

Contexte de l'étude :

- Acteur majeur de la **fabrication de matériaux de construction**, **Saint-Gobain** accorde une attention particulière à la **satisfaction de ses clients**, élément clé de sa **compétitivité** sur ce marché,
- Afin d'**évaluer cette satisfaction** et d'**identifier des axes d'amélioration**, **Saint-Gobain** a sollicité un **appel d'offre** auprès de la **Confédération Nationale des Junior-Entreprises**, remporté par **Neoma Conseil**,
- Cette évaluation s'appuie sur une **étude quantitative**, réalisée à l'aide de **questionnaires**, élaborés en collaboration avec le client et administrés directement auprès des **clients de Saint-Gobain**.

Méthodologie :

- **Élaboration** du questionnaire par **Neoma Conseil**, en collaboration avec le client, portant sur les critères clés de satisfaction,
- **Administration** de **400 questionnaires** auprès des **clients de Saint-Gobain**,
- **Analyse des résultats** et **rédaction d'une synthèse**, permettant d'**apprécier la satisfaction des clients** et de formuler des **recommandations opérationnelles** pour améliorer l'offre de l'entreprise.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché et de perception quant aux sujets de décarbonation des activités à Rouen



Fourchette budgétaire : 7 000 – 12 000 €

Contexte de l'étude :

- **Suez**, acteur majeur de la **gestion de l'eau et des déchets** à l'échelle mondiale, place la **transition écologique** au cœur de sa stratégie, notamment à travers ses engagements en matière de **décarbonation** et d'**économie circulaire**,
- Dans ce cadre, Suez souhaite mesurer la **perception de ses parties prenantes** quant à **ses actions de décarbonation et de recyclage**, afin d'identifier les **axes d'amélioration** de sa **stratégie environnementale**,
- Suez fait appel à **Neoma Conseil** pour réaliser une **étude de marché et de perception** permettant d'évaluer la connaissance et le ressenti des répondants à **Rouen et région limitrophes** sur ces sujets, et d'en tirer des **recommandations opérationnelles**.

Méthodologie :

- **Recherche documentaire** pour **identifier les parties prenantes du marché** (de l'amont à l'aval) et **recueillir des données statistiques/qualitatives** (Internet, CCI, Kompass, INSEE, fédérations),
- Conduite d'**entretiens semi-directifs d'une durée de 50 minutes**, permettant d'approfondir les attentes, les ressentis et les axes d'amélioration perçus par les parties prenantes,
- Réalisation d'une **étude quantitative** à travers l'administration de **475 questionnaires**, afin d'obtenir une vision représentative de la perception des répondants sur les sujets de décarbonation et de recyclage
- **Analyse croisée** des données quantitatives et qualitatives (horizontale, verticale et transversale) et rédaction d'un **rapport de synthèse** comprenant des recommandations opérationnelles



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché et documentaire concernant la réhabilitation énergétique en Haute-Normandie



Fourchette budgétaire : 5 000 – 8 000 €

Contexte de l'étude :

- 5ème groupe européen du BTP et des concessions, **Eiffage** est l'une des plus grosses entreprises du secteur, avec environ **87 000 collaborateurs**, un chiffre d'affaires de **25,3 milliards d'euros** et plus de **100 000 chantiers réalisés chaque année**, en France et à l'international (Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Italie...),
- **Eiffage** souhaite **étendre son activité** à la **réhabilitation énergétique** en **Haute-Normandie** (Eure/Seine-Maritime), en cohérence avec la **dynamique environnementale** actuelle et les aides de l'État à la rénovation. L'entreprise souhaite connaître le **contexte législatif et réglementaire** du secteur, les **attentes des donneurs d'ordres**, ainsi que ses **concurrents** et leurs forces/faiblesses en réhabilitation énergétique,
- Le client attend également un **panorama des aides de l'État** pour la transition écologique afin d'optimiser son offre par de **l'ingénierie financière** ; Eiffage fait appel à **Neoma Conseil** pour obtenir une vue d'ensemble du marché et des recommandations.

Méthodologie :

- Réalisation d'une **étude documentaire (benchmark)** portant sur le contexte législatif/réglementaire, l'**analyse des concurrents** d'Eiffage en Haute-Normandie et un panorama des **aides financières** (national, régional, métropoles de Rouen et du Havre),
- Élaboration d'un **listing** et d'un **guide d'entretien**, puis conduite de **30 entretiens semi-directifs** (30 à 50 min, téléphone/visio) auprès des **donneurs d'ordres** du secteur,
- **Analyse horizontale, verticale et transversale** des retranscriptions, puis rédaction d'un **rapport final** avec recommandations opérationnelles.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude sur les besoins numériques des TPE/PME dans le cadre du programme « Google pour les Pros »



Fourchette budgétaire : 6 000 – 9 000 €

Contexte de l'étude :

- Filiale d'**Alphabet**, **Google** occupe une position dominante sur le marché des **moteurs de recherche** (plus de **90 % de parts de marché**) et propose de nombreux services numériques (Youtube, Google Maps, Android),
- Afin d'**accompagner les professionnels** dans la maîtrise des **outils numériques**, Google a lancé le programme « **Google pour les Pros** », proposant **89 cours en ligne gratuits**, destinés en priorité aux **TPE, PME, artisans et associations**, et dont la responsabilité a été confiée à l'entreprise **Digital Local**,
- Afin de **toucher un maximum de professionnels**, **Digital Local** fait appel à **Neoma Conseil** pour identifier, via des échanges avec des **commerçants et entrepreneurs rouennais**, les **besoins numériques des TPE/PME de Rouen** et faire remonter ces informations aux responsables du programme.

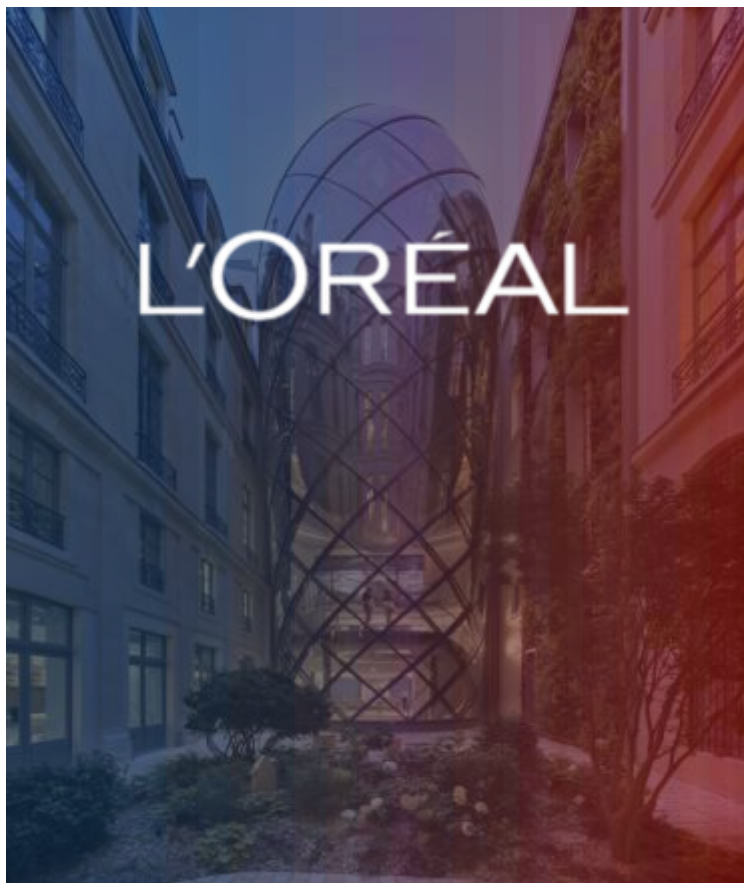
Méthodologie :

- **Réalisation** d'un **recrutement rigoureux** des TPE/PME rouennaises à interroger, selon des **critères définis conjointement** avec Digital Local et Neoma Conseil,
- **Conduite** d'**entretiens semi-directifs** par **7 intervenants**, menés sur **4 jours consécutifs** en **septembre**, auprès des **commerçants et entrepreneurs rouennais** sélectionnés,
- **Rédaction** d'un **rapport final** par le chef de projet, comparant et synthétisant les résultats, comprenant des conclusions et formulant des **recommandations opérationnelles** concernant les **besoins numériques des TPE/PME rouennaises**.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude de marché auprès des coiffeurs de France pour comprendre les attentes des clients



Fourchette budgétaire : 5 000 – 9 000 €

Contexte de l'étude :

- Le **marché des produits capillaires professionnels** repose en grande partie sur la **relation entre les marques** et les **coiffeurs**, prescripteurs clés auprès des consommateurs finaux,
- Afin de **renforcer sa connaissance de ce marché**, L'Oréal a souhaité mener une **étude auprès des coiffeurs** de différentes régions de **France**, portant sur leurs **usages**, leurs **attentes** et leur **perception des produits professionnels**,
- Cette évaluation s'appuie sur une **étude quantitative**, réalisée à l'aide de **questionnaires téléphoniques** d'une durée de **30 minutes**, administrés directement auprès des **coiffeurs interrogés**.

Méthodologie :

- **Administration téléphonique de 500 questionnaires** auprès de **coiffeurs** issus de différentes **régions de France**, suivie de **l'analyse des résultats et de recommandations** dans le rapport final de l'étude,
- **Analyse des données, contrôle qualité, et rédaction d'une synthèse** intégrant des **recommandations opérationnelles** répondant à la problématique du client, concernant la **perception des produits professionnels**.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude sur le développement des abonnements Carrefour + Quotidien et Carrefour + Marché Frais



Fourchette budgétaire : 7 000 – 10 000 €

Contexte de l'étude :

- **Carrefour** vient de lancer deux nouveaux systèmes d'adhésion, « **Carrefour + Quotidien** » et « **Carrefour + Marché frais** », offrant **15 % de réduction** sur les produits de la marque et des avantages sur la **livraison à domicile**, actuellement en **phase de test** dans la région de **Rouen**,
- Cette démarche s'inscrit dans la stratégie de **Carrefour Management** visant à **fidéliser ses clients**, à **concurrencer des enseignes concurrentes** (Monoprix, Casino) déjà positionnées sur ce type d'offres, et à **développer les produits de la marque** afin d'augmenter ses marges,
- Afin d'**accroître le nombre d'adhérents** dans la région rouennaise, **Carrefour** fait appel à **Neoma Conseil** pour analyser l'**expérience des intervenants** sur le terrain et identifier les **méthodes les plus efficaces** pour convaincre de nouveaux adhérents.

Méthodologie :

- **Accompagnement** de Carrefour Management dans sa **communication sur les offres d'abonnement**, en présentiel sur **9 sites** (3 hypermarchés et 6 supermarchés),
- **Recueil de l'expérience des intervenants** lors de leur mission, afin d'**optimiser la communication en magasin**,
- **Analyse** de l'ensemble des données recueillies, afin d'établir un **panorama des potentialités** et de formuler des **recommandations opérationnelles** pour développer les abonnements **Carrefour +** dans la région rouennaise.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur des études de perception et de satisfaction des usagers sur les réseaux de transport à Rouen et à Reims



Fourchette budgétaire : 3 000 – 6 000 €

Contexte de l'étude :

- **Transdev**, entreprise française multinationale et acteur majeur du **transport en commun** (60 000 véhicules, 3,3 milliards de voyages par an), a fait appel à **Neoma Conseil** (anciennement Altéo Conseil) pendant **trois années consécutives**, autour de plusieurs enjeux liés à l'**expérience et à la satisfaction des usagers** sur ses réseaux de **Rouen** et de **Reims**,
- Ces missions ont porté sur trois volets complémentaires : le test d'une **navette autonome et électrique** sur les quais de Rouen (réseau **Astucio**), une **enquête de perception** sur l'**achat de tickets de transport à bord des bus** du réseau **Astuce**, et une étude sur l'expérience des usagers d'une **navette reliant la gare SNCF aux stations de tramway** de la ville de **Reims**,
- À travers ces trois études, **Transdev** souhaitait mesurer les **ressentis, craintes et attentes des usagers** face à ces nouveaux services et modes d'achat, et identifier les **leviers d'amélioration** pour en optimiser le déploiement et l'expérience client.

Méthodologie :

- **Élaboration** de questionnaires en collaboration avec le client sur chacune des trois missions, **testés en amont** auprès d'un échantillon restreint afin d'en vérifier la compréhension,
- **Administration en face-à-face**, sur le terrain (quais, bus, navettes, stations), de **200 à 375 questionnaires** selon les études, mobilisant plusieurs intervenants sur des créneaux définis,
- **Analyse statistique** des données recueillies (tris à plat, tris croisés, test du Chi²) et **rédaction d'un rapport final** pour chaque mission, comprenant une synthèse des résultats et des **recommandations opérationnelles** pour améliorer l'expérience usagers et accompagner Transdev dans ses différents projets.



NOS RÉFÉRENCES D'ÉTUDES

Focus sur une étude sur enquête annuelle de satisfaction concernant le réseau de transport de la ville de Fécamp



Fourchette budgétaire : 4 000 – 7 000 €

Contexte de l'étude :

- Si le **transport public** constitue un **service essentiel** pour les usagers, sa **qualité de service** est **régulièrement évaluée** par les **autorités organisatrices**, notamment dans le cadre des **contrats de délégation de service public**,
- Afin de **piloter la qualité** de son réseau de bus urbain, **Keolis Seine Maritime** mesure chaque année le **taux de satisfaction des usagers** du réseau de **Fécamp**, à travers une **enquête annuelle de satisfaction**, cette étude portait sur les **fréquences**, l'**information voyageurs**, les **tarifs**, les **titres de transport**, la **desserte** et le **matériel**,
- Cette évaluation s'appuie sur une **étude quantitative**, construite à partir de **questionnaires préétablis**, administrés directement auprès des **usagers du réseau**.

Méthodologie :

- **Réalisation** d'un échantillonnage représentatif de la population de Fécamp (28 625 habitants), déterminant la passation de **379 questionnaires** afin d'obtenir des résultats significatifs avec une **marge d'erreur de 5 %**,
- **Administration** des questionnaires **en face à face** auprès des usagers, **à bord** des bus ou **aux arrêts**, puis **traitement statistique** des données (tris à plat, tris croisés, test du Chi²) portant sur la **fréquence des bus**, les **dessertes**, les **tarifs** et l'**information voyageurs**,
- **Rédaction** d'un rapport de synthèse comparant et analysant les résultats obtenus, comprenant l'ensemble des tris pertinents et formulant des **recommandations opérationnelles** répondant à la problématique du client.



Reims

59 Rue Pierre Taittinger, 51100 Reims

Rouen

1 Rue du Maréchal Juin, 76130 Mont-Saint-Aignan

Mentions légales

Siret : 32514823700010

Site web

<https://www.neomaconseil.fr/>

E-mail

info@neomaconseil.com

S'UNIR POUR RÉUSSIR

Ce document est la propriété exclusive de Neoma Conseil et ne peut être reproduit, diffusé ou utilisé sans autorisation préalable.

