

INSTITUT FONDÉ SUR LA MAÎTRISE DES ÉTUDES MARKETING ET DU CONSEIL



PRÉSENT SUR TOUT LE CYCLE DE VIE DE LA CONSOMMATION

La **conduite de missions d'études** dans les domaines de l'industrie et particulièrement au cœur des marchés du bâtiment et de l'habitat.

Une **expertise** centrée sur les matériaux, les modes de prescription, les filières de distribution, les comportements d'usage et d'achat des professionnels et des consommateurs.

Différentes **méthodes de recherche** permettent de mieux analyser et comprendre les cibles B2B et B2C dans leurs besoins, leurs jugements et leurs critères de choix.



EXPERTISE SECTORIELLE DE LA FILIÈRE BTP & HABITAT

Grâce à une expertise reconnue de ses équipes et collaborateurs dans le domaine du secteur bâtiment, CONSOTENDANCES est partenaire des industriels et des professionnels intervenant sur le marché français et européen de la construction et de l'aménagement de l'habitat.

Pour chaque problématique, nous nous attachons à analyser le besoin de nos clients, pour apporter une méthodologie adaptée et conduire une recherche ciblée.

UN SAVOIR-FAIRE ADAPTÉ À VOS BESOINS D'ÉTUDES

Une équipe familiarisée avec la chaîne des acteurs du Bâtiment - Habitat et à l'ensemble des techniques de recueil et de traitement de l'information, que celle-ci soit qualitative ou quantitative. Au-delà de la connaissance sectorielle et des méthodes, nous nous approprions les interrogations de nos clients pour proposer des prestations en réponse aux problématiques exprimées.

Notre objectif : comprendre et traduire les besoins de nos clients, en France et à l'International, dans le périmètre des marchés du bâtiment et de l'habitat.

Mobiliser les ressources techniques d'études adaptées et produire les éléments de recherche permettant une aide à la décision et à l'action.



CHAMP D'ACTIVITÉ

Nous agissons auprès de nos clients du secteur BTP - HABITAT sous 2 prismes principaux B2B et B2C :

Les marchés du secteur **Bâtiment Construction - Rénovation** et les comportements professionnels sous l'angle des matériaux, des prescripteurs, des artisans-entreprises et de la distribution négoce commerce de gros.



- Marchés et logiques d'évolution
- Qualification et quantification des marchés
- Structuration de la distribution négoce
- Impacts de la filière prescription
- Comportements des corps de métiers bâtiment
- Performances produits et marques
- Stratégies de positionnement
- Stratégies de développement

Les marchés du **Bricolage - Aménagement de l'Habitat** et les comportements de consommation sous l'angle des matériaux, des marques, du particulier maître d'ouvrage et de la distribution GSB, GSM...



- Marchés et logiques d'évolution
- Structuration de la distribution
- Typologie travaux et aménagements
- Le faire et le faire faire
- Conditions d'usage des produits et des marques
- Focus aménagement intérieur, décoration et « maisonning »
- Focus aménagement extérieur

MISSIONS - PRESTATIONS

ÉTUDES DE MARCHÉ

- Veille et connaissance des marchés
- Avis d'experts
- Structure, évaluations, logiques d'évolution et perspectives

ÉTUDES PLATE-FORME DES MARQUES

- Notoriété de la marque
- Identité, variables et composantes image
- Études de positionnement

TESTS DE COMMUNICATION

- Pré-Post test de communication (mailing, sites internet, logo, catalogues, ...).
- Copy Strategy

ÉTUDES PRODUIT, ENSEIGNE

- Test d'usage produit
- Études comportementales
- Test de concept
- Nouveau concept (Ateliers créatifs)
- Mesure des aspérités et mix-marketing
- Mesure des écarts (adhésion - rejet - axe de progrès)

ÉTUDES BAROMÉTRIQUES

- Études de satisfaction
- Études longitudinales sur les comportements, les attitudes, le niveau de satisfaction et les aspérités
- Concept de contentement

DES MÉTHODES QUALITATIVES ET QUANTITATIVES EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

1 · STRUCTURER - Veille et recherche documentaire

- Quelle configuration ?
- Quel niveau de maturité ?
- Quels volumes ?
- Quels scénarii ?
- Quelles perspectives ?
- Bases documentaires
- Veille marchés
- Recherches appliquées
- Entretiens experts

2 · EXPLORER - Méthodes qualitatives

- Quels usages ?
- Quelles pratiques ?
- Quels comportements ?
- Focus groups
- Entretiens individuels
- Dyades - Triades

3 · QUANTIFIER - Méthodes quantitatives

- Quels poids ?
- Quelles proportions ?
- Quelle hiérarchie ?
- Quel dimensionnement ?
- Quels impacts ?
- Téléphone
- Face-to-face
- Web (enquêtes on-line)

4 · DÉCRYPTER - Méthodes analytiques

- Quelles logiques ?
- Quelles perspectives ?
- Quelles recommandations ?
- Quelle stratégie ?
- Data-visualisation
- Compte-rendu analytique
- Consulting

CONTACTS

Michel ROSELLI
07 87 10 05 79
michel.roselli@consotendances.com

Frédéric ROUCH
06 37 11 23 58
frederic.rouch@consotendances.com