



**ÉTUDES & RECHERCHE:
VOUS ÉCLAIRER
POUR VOUS DONNER
DES LEVIERS D'ACTION**

Image by Freepik

/ QUALIQUANTI, INSTITUT D'ÉTUDES ET DE RECHERCHE

« Pour des études qui donnent du sens et permettent d'identifier des leviers d'action », par Daniel Bô, pdg

QualiQuanti, c'est un institut indépendant qui propose des solutions sur mesure à partir d'une palette de méthodes. Notre credo ? Mener à bien des études ambitieuses. Avec des dispositifs frugaux. Être transparent, aussi : transmettre les avancées de l'étude au fil de l'eau et ouvrir l'accès aux données brutes et documents de travail.

Notre signature, « Creative intelligence » ? Elle illustre une approche inventive et évolutive des méthodes pour favoriser la mise au point de solutions originales et pertinentes. Dans une société positiviste qui sacralise les données chiffrées, QualiQuanti s'appuie résolument sur les sciences humaines et l'interdisciplinarité. Notre équipe accorde une place importante à la culture, l'émotion et au sensoriel. À la clé : l'utilisation d'images et de vidéos.

Observatoires, veille internationale, interviews d'experts, analyse culturelle, exploration des usages, *crowdsourcing*... Autant de méthodologies fécondes pour notre créativité ! Une bonne étude doit surprendre, donner matière à réflexion et générer des résultats enthousiasmants.

« QualiQuanti », ce nom annonce la volonté d'hybrider le meilleur des approches Quali et Quanti. L'enjeu ? Additionner des focales micro et macro, afin d'explorer un sujet sous tous les angles. Nous allions rigueur et expertise *data* à une sensibilité qualitative pour des études quantitatives en profondeur. Pourquoi nos études sont-elles riches en *insights* ? Grâce à notre approche « Big Quali » qui génère abondance et diversité de données. Cf. notre blog « Big Quali » : <https://bigquali.com/>.

La raison d'être de QualiQuanti ? Décrypter les leviers d'adhésion (ou de performativité) à un produit ou à une marque ; comprendre ce qui va favoriser le passage à l'acte de publics ciblés. Les études permettent d'explorer pourquoi et comment une personne adhère à une marque, adopte un comportement ou s'identifie à un modèle culturel. La consommation, c'est un terrain de jeu où s'exprime la singularité de chacun. « Performer », c'est s'accomplir dans une pratique, réinventer un usage, adhérer à une vision. Comprendre la « performativité », c'est identifier les bons axes de sa transformation pour s'adapter au monde contemporain.

[Dans le livre Brand Culture, voir le chapitre « performativité »](#)

NOTRE VALEUR AJOUTÉE



- 1. NOS PANELS – PROPRIÉTAIRES & ONLINE**
- 2. NOTRE MÉTHODOLOGIE – UNE PALETTE D’OUTILS**
- 3. NOS LIVRABLES – OPÉRATIONNELS & ILLUSTRÉS**
- 4. NOTRE ÉQUIPE – PLURIDISCIPLINAIRE ET EXPÉRIMENTÉE**
- 5. NOS PUBLICATIONS & RECHERCHES – MÉDIAS, MARQUES, RETAIL...**
- 6. NOTRE ENGAGEMENT RSE – INTERNE & EXPERTISE**
- 7. NOS RÉFÉRENCES – MULTISECTORIELLES – 33 ANS D’EXPÉRIENCE**

1. NOS PANELS – PROPRIÉTAIRES & ONLINE

350 000 PANÉLISTES FRANCOPHONES

(France, Belgique, Suisse, Maghreb, Afrique subsaharienne...)



Qualité des terrains pour les recrutements (visios, forums, face à face) et enquêtes en ligne

Souplesse, réactivité, rapidité de mise en œuvre avec résultats bruts à J+3

Réponses détaillées aux questions ouvertes et forte implication dans les terrains qualitatifs

50 000 PANÉLISTES ANGLOPHONES

(International)



Plus de 100 pays couverts

Capacité à recruter pour des études qualitatives online multi-pays

2. NOTRE MÉTHODOLOGIE – UNE PALETTE D'OUTILS À COMBINER

QUALI & BIG QUALI

- Bilan 360° marque, enseigne, dirigeants
- Test communication, médias sociaux, produit et service
- Communautés en ligne, forums
- UX design et UX éditorial
- Etudes BtoB et experts
- Ateliers créatifs et workshops
- Enquêtes quali-quantit®
- Création de panels sur mesure

VEILLE & SÉMIO

- Observatoires et cahiers de tendances
- Audit sémiologique et culturel, sémio-live®
- Plateforme de marque et audit de brand culture

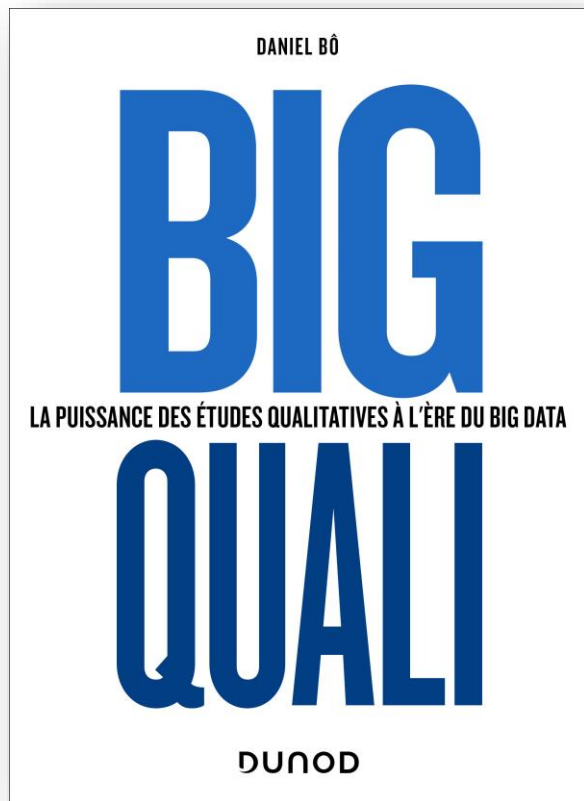
INTERNATIONAL

- Études multi-pays
- Études interculturelles et entretiens biculturels
- Marketing ethnique

QUANTI & DATA

- Usages et attitudes avec segmentation, typologie
- Bilan de clientèle, de marque avec mise en perspective marché, matrice importance, performance
- Test de noms, packs, concepts... en monadique séquentiel
- Test innovation en salle, en longitudinal au foyer
- Evaluation des prix via PSM (Price Sensitivity Measurement)
- Analyse conjointe type Trade-Off avec simulation de marché

/ NOTRE APPROCHE MULTIFOCALE À GRANDE ÉCHELLE – LE BIG QUALI



DONNÉES QUALITATIVES À GRANDE ÉCHELLE : POURQUOI ET COMMENT LES EXPLOITER ?

À l'heure du Big Data, toute marque a accès à une masse de données qualitatives (photos, vidéos, témoignages, etc.). Mais comment produire et exploiter cette matière sans s'y noyer ?

La réponse réside dans le Big Quali, méthode qui rend les études qualitatives plus riches et attractives au travers du numérique. À la clé :

- des échantillons plus importants (forums, communautés, veille sur les réseaux sociaux) ;
- des durées d'interrogation longues (jusqu'à plusieurs semaines) ;
- des interactions enrichies par des logiciels, capteurs, caméras, etc.

La force du Big Quali ?

- Générer des données quali massives et diversifiées, en coopération avec les consommateurs – à condition de savoir les stimuler.
- Bénéficier d'une multitude de points de vue indépendants et d'une vision globale.
- Généraliser des règles à partir d'une vue panoramique alliée à une analyse culturelle en profondeur.
- Accéder à un résumé illustré d'une quantité d'observations et de vécu.

Le Big Quali, c'est offrir une vision omnisciente, qui fait le tour d'une réalité, dans un temps et un budget limités. Une façon de générer les fameux *insights* (éclaircs de compréhension), sources d'innovation et de créativité.



[Cliquez ici
pour télécharger
les 40 premières
pages du livre
Big Quali](#)

Objectif : captiver l'attention et faciliter une appropriation autonome et fluide

1. Un titre informatif, un chapeau explicatif
2. Plusieurs niveaux de lecture : rapide ou en profondeur
3. Des visuels qui font sens
4. Une transmission efficace de l'information via des techniques journalistiques
5. Enregistrement de rapports vidéo



Pour en savoir plus sur nos livrables : https://www.qualiquanti.fr/wp-content/uploads/2023/06/QualiQuanti_Livrables.pdf

/ NOS ÉTUDES – QUATRE EXEMPLES



Étude quali combinant une veille, communauté en ligne, entretiens d'experts et sémio-live



Étude quali & quanti combinant focus groupes, enquête quantitative grand nombre (échantillon représentatif)



Étude en souscription sur le product content



Étude quantitative de type "usages et attitudes"



Cliquez pour télécharger ces exemples

4. NOTRE ÉQUIPE – PLURIDISCIPLINAIRE & EXPÉRIMENTÉE



Daniel Bô
PDG et fondateur

HEC, SciencesCom



Claude-Emmanuelle Couratier
Directrice conseil

ISC



Pierre Gaillardon
Directeur d'études

CELSA, IFP



Raphaël Lellouche
Consultant sémiologie

Agrégé de philosophie



Philippe Berthelot
Consultant

Expert RH



Carla Bouis
Directrice d'études sémio

ESSEC, École du Louvre



Eva Le Breton
Chargée d'études senior

ISIT

Des **PROFESSIONNELS** qui ont à cœur de produire des livrables opérationnels, avec une réelle compréhension des enjeux business.

Des **profils** diplômés de grandes écoles, formés en sciences sociales, sciences humaines, philosophie mais aussi histoire de l'art, sémiologie, langues & civilisations étrangères et journalisme.

Des **profils DIVERSIFIÉS**, avec l'expérience d'une multitude de secteurs et de problématiques.

5. NOS PUBLICATIONS & RECHERCHES – MÉDIAS, MARQUES, RETAIL...

NOUVEAUX MÉDIAS



MARQUE & COMMUNICATION



LIEUX & COMMERCE



6. NOTRE ENGAGEMENT RSE – INTERNE ET EXPERTISE



Un engagement auprès des collaborateurs, consommateurs et des clients labellisé par un score de 55/100 et une médaille de bronze chez Ecovadis.

Une expertise sur les problématiques environnementales : bio, recyclage, consigne, vrac, tri des déchets, écogestes... et sur les problématiques sociales : dépendance, handicap, vieillissement, bien-être au travail...

Une expertise sur la singularité et la raison d'être en partenariat avec PatrickMathieu Singularité.

Pour en savoir plus...

Ecovadis : <https://ecovadis.com/fr>

Code de conduite et d'éthique professionnelle : <https://www.qualiquanti.fr/wp-content/uploads/2023/03/Code-de-conduite.pdf>

7. NOS RÉFÉRENCES – MULTISECTORIELLES – 33 ANS D'EXPÉRIENCE

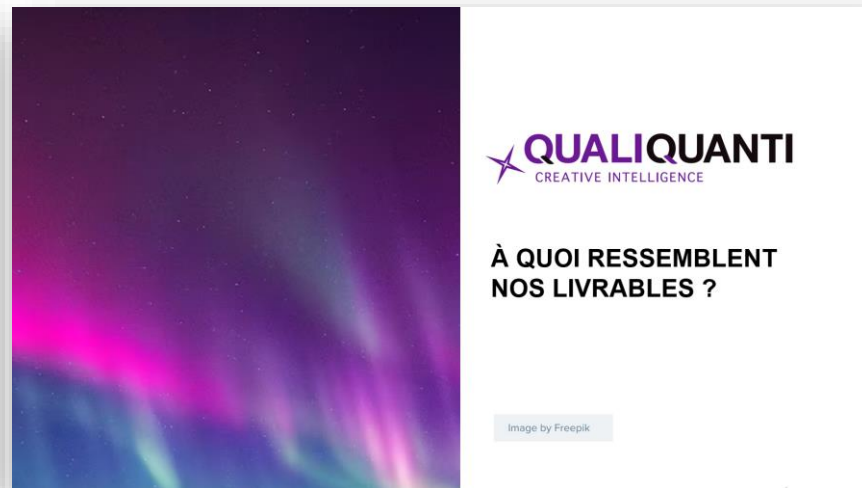


/ VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

Cliquez pour télécharger des témoignages de nos clients et des exemples de nos livrables



[En verbatim, le retour d'expérience de nos clients](#)



[A quoi ressemblent nos livrables ?](#)



Cliquez pour
télécharger
ces exemples

CONTACTS

Daniel BÔ – PDG fondateur
daniel.bo@qualiquanti.com

Pierre GAILLARDON – Directeur d'études
pgaillardon@qualiquanti.com

Claude-Emmanuelle COURATIER – Directrice conseil
cecouratier@qualiquanti.com



12 bis rue Desaix, 75015 PARIS

01 45 67 62 06

Site : www.qualiquanti.com