



## Bienvenue dans ce premier numéro de Novartis News!

Aujourd'hui, les avantages des études en ligne ne sont plus à démontrer. En quelques années, cette technique s'est imposée comme un complément précieux - et une alternative réelle - aux approches traditionnelles, quali et quanti.

Novartis, au sein du groupe Harris Interactive, est aujourd'hui le leader mondial des études online. Pionniers dans ce domaine, nous sommes propriétaires du plus grand access panel online au monde :

- 100% propriétaire, exclusivement dédié aux études et pré-qualifié sur plusieurs centaines de critères
- plus de 6 millions de panélistes dans le monde - dont près de 700 000 rien qu'en France

Nous développons continuellement de nouvelles offres répondant aux besoins évolutifs de nos clients et de leurs marchés. Pour partager avec vous le fruit de ces développements, Novartis est heureuse de vous adresser la première édition de sa nouvelle Newsletter mensuelle.

Pour ce premier numéro, un thème central, **le facteur «Temps»** et deux outils pour y répondre :

- [Le Bulletin Board by Novartis](#) : une démarche qualitative innovante qui analyse dans la durée les évolutions de perceptions d'un produit, d'un service ou d'un concept
- [Novashot](#), un pré-test quantitatif ultra réactif qui recueille dans les délais les plus courts (moins d'une semaine) les informations indispensables aux lancements / adaptations de nouveaux produits, packages et services.

Bonne lecture à tous !



**Nathalie Perrio-Combeaux & Patrick Van Bloeme,**  
Directeurs Associés



### POUR NOUS CONTACTER

**Novartis**

5 - 7 rue du Sahel, 75012 Paris - France  
Téléphone +33 (0) 1 44 87 60 30

[info@novartis.fr](mailto:info@novartis.fr)  
[www.novartis.com](http://www.novartis.com)

## Sommaire

### Bulletin Board by Novatris :

la Révolution qualitative

Le facteur «temps» est souvent une variable sous-estimée dans les analyses qualitatives.

Parce que nos perceptions évoluent dans le temps (influencées par nos consommations et notre environnement personnel et médiatique), parce qu'il n'est pas facile pour les consommateurs de traduire en quelques heures toutes leurs perceptions, opinions, idées... Les premières réactions collectées «à chaud» dans le cadre d'un focus groupe traditionnel ou d'entretiens en face à face ne suffisent généralement pas à refléter toutes les dimensions d'une opinion individuelle vis-à-vis d'une idée, d'un concept, ou d'un mode de consommation.

La solution : le «Bulletin Board by Novatris», un dispositif de Forum Dédié Online s'étalant sur plusieurs jours (5 jours en moyenne) et permettant aux participants d'exprimer clairement, outre leurs perceptions à chaud, les évolutions de ces perceptions. Ces évolutions sont liées à l'exposition durable des participants aux produit ou services testés, et de leurs discussions croisées au sein - mais aussi hors - du Forum.

### Novashot :

le pré-test quantitatif ultra réactif

Contraints par des échéances strictes deancements et des limites budgétaires, les responsables opérationnels font malheureusement souvent l'impasse sur les pré-tests de produits ou de packaging. Et pourtant, ces pré-tests permettent d'éviter bien des erreurs et d'effectuer les meilleurs choix opérationnels.

Dans ce contexte, et face à des demandes répétitives, Novatris a lancé **Novashot** un dispositif exclusif qui permet de prendre en compte les contraintes de temps et de budgets associés à desancements ou évolutions de produits packaging, identité, claims, ...

**Bulletin Board by Novatris:**  
la Révolution qualitative



### Les principes fondamentaux du «Bulletin Board by Novatris»

**Nos perceptions évoluent au fur et à mesure de nos consommations et sous l'influence de notre environnement personnel et médiatique. Le «Bulletin Board by Novatris» a pour but de comprendre précisément les perceptions des consommateurs, en prenant en compte ce facteur temps.**

Nous le constatons en permanence : nos perceptions et nos réactions évoluent entre le moment où nous découvrons un produit et les jours qui suivent. Notre environnement personnel et notre univers de référence jouent un rôle majeur dans l'évolution de nos perceptions : nous communiquons à notre entourage familial, amical, professionnel... nos opinions vis-à-vis d'un produit, service ou média que nous consommons, et les réactions de cet entourage font elles-mêmes fluctuer nos perceptions.

Une certaine durée est ainsi nécessaire pour dépasser le stade du cognitif (connaissance personnelle que j'ai d'un produit) et de la spontanéité (ma réaction première vis à vis de ce produit), et rentrer dans le domaine de l'affectif (perception finale de la valeur de ce produit, conviction de mon choix et de ce que reflète ce choix vis-à-vis de ma place dans la société).

Pour des raisons pratiques, les méthodologies qualitatives traditionnelles ne peuvent généralement pas «capter» cette dimension et se contentent d'un recueil d'opinions à un instant donné de la vie d'un répondant. Le «Bulletin Board by Novatris» est conçu pour recueillir cette évolution dans le temps et apporter les clés de sa parfaite compréhension.

## Le fonctionnement du «Bulletin Board by Novatris»

**Permettre à un groupe de 10 à 20 personnes d'exprimer à loisir, sur plusieurs jours, leurs réponses à vos problématiques études : évolution de leurs perceptions vis-à-vis d'une idée ou d'un concept, compréhension des usages et attitudes, ....**

Le «Bulletin Board by Novatris» est un dispositif de Forum Dédié On Line qui consiste à inviter une quinzaine de personnes à répondre aux questions relatives à votre produit, service ou média et à participer à une discussion à ce sujet, le tout en ligne, aux moments de leur choix.

Les participants interviennent de manière quotidienne, plusieurs fois par jour, sous la supervision d'un modérateur expérimenté. En moyenne, le dispositif s'étale sur 5 jours, sous l'animation d'un qualitatifiste Novatris qui adapte son guide d'animation et ses relances au fil des jours.

Les Experts de Novatris recueillent et analysent les réactions évolutives des participants, fournissant les clés permettant d'évaluer et adapter éventuellement les produits, services ou médias.

Le «Bulletin Board by Novatris» se situe au coeur de l'expertise de Novatris :

- *Une équipe de spécialistes, qualitativistes de formation, expérimentés en techniques on line,*
- *Plus de 5 années d'expérience acquises en matière d'organisation, d'animation et d'analyse des études qualitatives on line,*
- *Les avantages uniques du plus grand access panel on line : recrutement exclusif via l'enquête NetObserver® : des participants moins professionnalisés, un spectre très large de profils de personnes recrutées, un reflet plus fidèle de la réalité comportementale et psychologique des consommateurs.*

---

## Les atouts du «Bulletin Board by Novatris»

Les expériences de Novatris montrent que cette approche offre une **valeur ajoutée** sans équivalent pour les trois acteurs des études : **les répondants, les clients, l'institut** :

### Pour le Répondant

- **Souplesse du mode asynchrone** : pas d'horaires imposés, possibilité d'interroger un grand nombre de participants, une richesse du discours sur la durée, la réflexion et la prise de recul
- **Flexibilité accrue** : aucun déplacement requis, possibilité de dispersion géographique des participants et de réunion des différences régionales ou liées au type d'habitat (urbains, ruraux), facilité pour interroger des populations peu disponibles ou réfractaires à l'idée de se déplacer (provinciaux, B to B, actifs, parents...)
- **Confort supérieur de l'expression** : participation depuis leur domicile, réduction des phénomènes de leadership, spontanéité des discours, absence du regard porté par autrui (groupes d'adolescents / groupes de personnes sur un sujet grave (maladie) ou délicat (pratiques sexuelles)

### Pour le Client

- **Flexibilité et interaction renforcées** : Depuis n'importe quel ordinateur, les clients, sans limitation de nombre, peuvent assister aux groupes, tout en dialoguant avec l'animateur grâce à une interface sécurisée via Internet.
- **Meilleur suivi des consommateurs** : le Bulletin board permet une forte **immersion** des observateurs dans la vie des consommateurs. Le suivi (même ponctuel) des consommateurs durant 5 jours offre une compréhension des comportements sans équivalent, reconnue par l'ensemble de nos clients.
- **Restitutions facilitées** : des délais réduits - notamment dans le cadre d'études internationales. Dès la fin du terrain, l'intégralité des verbatims est disponible (avant les habituelles analyses approfondies), verbatims collectés associés au prénom des répondants, ce qui autorise des analyses selon les profils des participants.

## Pour l'Animateur

- **Une meilleure perspective d'ensemble pour animer le groupe et piloter la discussion** : aidé par les capacités de l'outil, il se trouve en situation de plus grande neutralité dans l'animation, possibilité d'orienter la discussion jour après jour en fonction des échanges antérieurs
- **La technologie au service d'une meilleure interaction** : il peut présenter des visuels ou des animations vidéo et sonores en ligne à tout moment.

---

## Les études qualitatives on line, un champ d'application extrêmement large :

- Tests de concept
- Tests de produits (cosmétique, médicaments...) à domicile
- Test de produits et services interactifs (sites internet, terminaux...)
- Tests de média (presse, TV, Media...)
- Etudes comportementales (usages / attitudes)
- Etudes qualitatives d'opinion
- Test de communication (marketing direct, publicité, promotion...)
- Clients / prospects mystères
- Carnets qualitatifs de consommation / d'usage
- Etudes exploratoires / pistes créatives



**Novashot:**  
le pré-test quantitatif ultra réactif

**Novashot** vous apporte une réponse opérationnelle face à vos problématiques de lancement ou de modification de produits :

- Validation du pack
- Réaffirmation des caractéristiques produit
- Test de noms
- Choix de claims
- Tests de designs

## ... dans des délais extrêmement rapides !

- Une prestation globale réalisée en standard en 5 jours ouvrés (possibilité de réduire encore ce planning en cas de grande urgence)
- Une cible définie à la demande, à partir de variables sociodémographiques standards
- Une taille d'échantillon de 300 personnes qui autorise la constitution de plusieurs cellules de tests ou d'analyse
- Un mode de recueil en ligne
- Un questionnaire comportant 10 questions standards (adaptées à la problématique), hors questions sociodémographiques :
  - Agrément, intention d'achat, image, adéquation à la marque, préférence globale / par items, ...
  - Questionnaire ajustable à vos besoins
  - Intégrations de contenus multimédia (packages, présentation des produits, ...)
  - Questions ouvertes (plaît/déplaît, ...),

## Des résultats faciles à exploiter : en ligne et au format Excel

- Disponibles en ligne dès la fin du terrain (5 jours ouvrés) ...
- Et au format Excel, dans les 24 heures suivantes
- Questions ouvertes : verbatim bruts
-

## Des tarifs très compétitifs et dégressifs : quelques exemples

- 1 NovaShot standard : 6.000 Euros HT pour un pays
- 5 NovaShot standard : 25.000 Euros HT



### POUR NOUS CONTACTER

#### **Novatris**

5 - 7 rue du Sahel, 75012 Paris - France  
Téléphone +33 (0) 1 44 87 60 30

[info@novatris.fr](mailto:info@novatris.fr)

[www.novatris.com](http://www.novatris.com)

Novatris is a subsidiary of Harris Interactive

