



Bienvenue dans ce deuxième numéro de Novatris News!

Le succès du premier numéro de notre newsletter confirme, s'il en était besoin, l'intérêt grandissant du marché pour les études et panels on line. Il va sans dire que nous partageons pleinement cet enthousiasme.

Merci donc à tous ceux qui nous ont envoyé des encouragements!

Pour ce deuxième numéro, deux nouveaux thèmes sont à l'ordre du jour:

- [L'audit des Newsletters et des e-mailings](#): Nous sommes d'autant plus sensibles à l'importance d'une newsletter efficace que nombre de nos clients nous ont chargé d'évaluer les leurs, depuis de nombreuses années. Nous vous proposons aujourd'hui, de découvrir Mail Audit, notre gamme d'outils d'évaluation et d'optimisation des newsletters. *NB - Et à ce propos, nous vous invitons à lire attentivement nos différents numéros car un questionnaire d'évaluation vous sera adressé très prochainement!*
- [Les panels dédiés via Internet](#): le recueil on line, associé à un Access Panel performant, redonne une **nouvelle jeunesse** à la technique traditionnelle du panel dédié, souvent abandonnée car jugée trop lourde et inadaptée aux besoins de **réactivité** réclamés par les marchés d'aujourd'hui.

Bonne lecture à tous!



Nathalie Perrio-Combeaux & Patrick Van Bloeme,
Directeurs Associés



POUR NOUS CONTACTER

Novatris

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

info@novatris.fr
www.novatris.com

Sommaire

Les panels dédiés on line

La réponse efficace aux besoins récurrents d'études réactives et spécifiques sur une population donnée.

Les Panels dédiés on line, sont la réponse idéale à deux préoccupations fondamentales, mais parfois difficiles à concilier, dans les études de marché:

- *La réactivité*: obtenir dans des délais très courts des réponses à des questions d'ordre stratégique ou opérationnel qui, par définition, ne peuvent être anticipées.
- *La finesse de représentativité*: recueillir des réponses auprès d'une cible prédéterminée dans des conditions de fiabilité et de précision parfaitement maîtrisées..

Le principe: la constitution d'un sous-ensemble représentatif d'une population, réservé au suivi d'une problématique, d'un marché en évolution, de détection de tendances...

Novatris apporte son expertise des études on line et s'appuie sur son Access Panel de près de 6 millions de panélistes dans le monde, dont 2 millions d'européens, pour construire des panels dédiés adaptés aux besoins spécifiques de chaque client.

Mail Audit

Evaluation de votre newsletter et/ou de votre e-mailing

L'e-mailing, outil puissant et ciblé, offre aux marques des possibilités croissantes de développement de leur marketing relationnel et leurs ventes en ligne, tant auprès de leurs clients que de leurs prospects.

Face à une recrudescence des spams et des e-mails non sollicités, les internautes deviennent de plus en plus sélectifs. Ils développent aujourd'hui une véritable **stratégie de protection**, incluant notamment une hiérarchisation selon l'importance des mails, une identification et distinction des mails répondant véritablement à leurs besoins, l'utilisation de plusieurs adresses etc.

La conséquence directe de ce changement de comportement est la **baisse du taux d'ouverture des e-mailing** pour les annonceurs.

Les émetteurs doivent donc proposer des mails toujours plus qualitatifs, pertinents et efficaces afin d'attirer l'attention de leurs destinataires; l'objectif étant qu'ils soient ouverts, lus et même utilisés par les internautes, afin d'entretenir dans la durée une **relation de satisfaction partagée**.

Grâce à son expertise des stratégies « webcentrées », et à la puissance de ses outils d'enquêtes online, Novatris vous propose de réaliser un **Audit de votre/vos campagne(s) d'e-mailing ou de votre/vos newsletter(s)**, afin de valider la satisfaction qu'elle engendre auprès de vos destinataires, et d'évaluer son efficacité vis-à-vis de vos objectifs de vente, de notoriété ou d'image. Grâce à **Mail Audit**, vous pouvez évaluer une **opération ponctuelle** d'e-mailing, aussi bien qu'une **newsletter régulière**.

La **méthodologie** employée pour réaliser cet audit peut être soit **qualitative**, soit **quantitative**, soit **mixte** (qualitative et quantitative) pour une approche plus complète.



1. Qu'est-ce qu'un panel dédié?

2. Les panels dédiés: les atouts du on line avec des liens cliquables pour aller directement à ces chapitres ?

Il existe de multiples définitions du panel dédié:

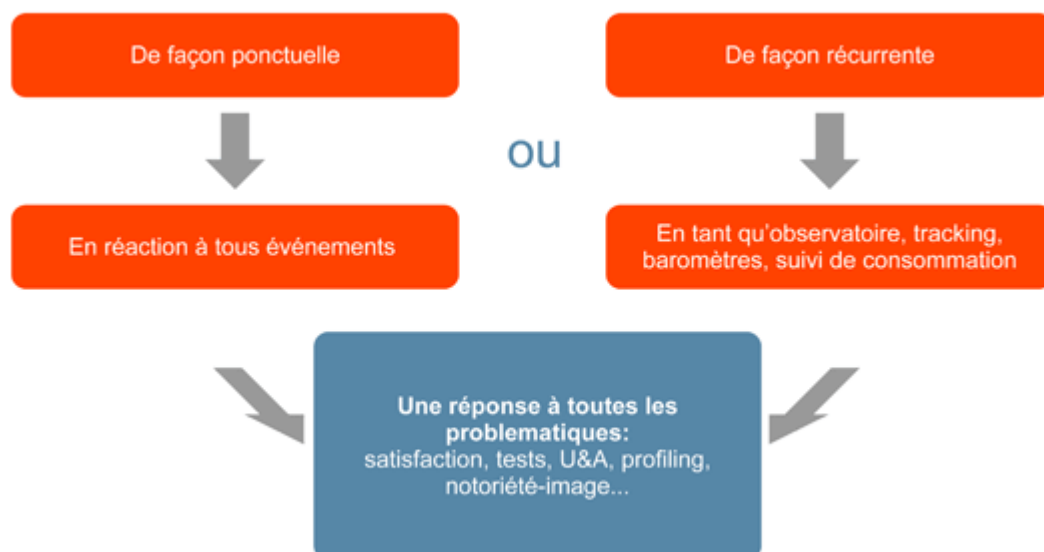
- Un sous-ensemble de population dédié à une problématique, l'étude d'un environnement sectoriel spécifique ou d'un marché,
- Une représentation fidèle d'un univers et d'un marché (clients / prospects).
- Un dispositif spécifique d'études qui permet de suivre des comportements ou des tendances, qui permet de sonder plus facilement une cible donnée.

Les panels dédiés : quelques champs d'application

- Suivre au fil des jours la consommation de vos produits et services,
- Évaluer de façon permanente la satisfaction et la fidélité de vos clients,
- Pouvoir sonder très rapidement vos clients en fonction des événements et de l'actualité
- Évaluer l'impact d'un nouvel entrant sur votre marché,
- Mieux appréhender l'évolution des mentalités et des habitudes,
- Détecter l'émergence de nouveaux comportements,
- Suivre l'évolution des facteurs explicatifs de l'achat,
- Benchmarker la concurrence régulièrement,
- Mesurer l'évolution de vos parts de marché, des montants dépensés, ... par rapport à la concurrence,
- Mieux suivre et comprendre les évolutions et tendances (intentions d'achat / comportement réel).
- Aussi bien pour des études en B to C qu'en B to B

Les panels dédiés: un accès direct et privilégié aux consommateurs

- au travers d'un vivier d'individus mis à disposition et activables



- accessibles en exclusivité (on parle alors de **panels propriétaires**) ou en mode partagé (ce sont les **panels mutualisés**)

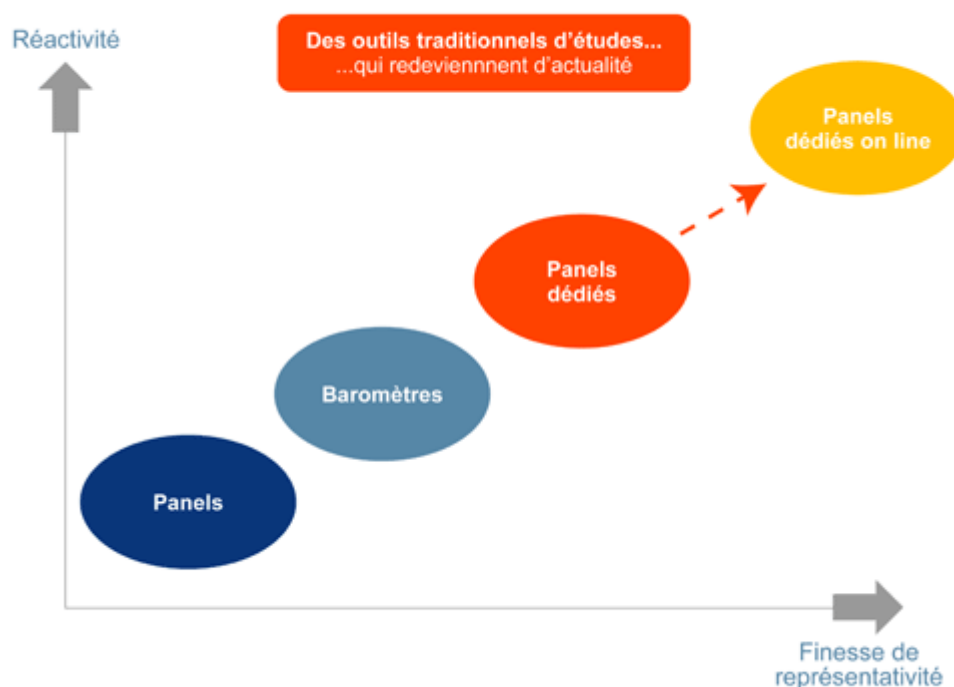
Les panels dédiés: une multitude de modes de recrutement et de recueil

- Ces panels sont constitués grâce à un recrutement effectué soit :
 - via des fichiers qualifiés : fichiers clients, fichiers prospects (possibilité d'enrichir les fichiers clients en adresses email)
 - via des enquêtes
 - via des sites Internet
 - via un site Internet spécifiquement mis en place pour l'opération : mode d'emploi du panel, règlement (jeux concours, points de fidélité,...), parrainage.
 - via un access panel tel que celui de Novatris
 - ou la combinaison de plusieurs modes de recueil
- Une fois constitué, ce vivier d'individus est interrogeable suivant des méthodes
 - Qualitatives : entretiens semi-directif, groupes...
 - Quantitatives : ad hoc, tracking, baromètres...
- Avec des modes de recueil très variés :
 - Off line : domicile, salle, postal, téléphone...
 - On line

Les panels dédiés: les atouts du on line

L'aboutissement logique d'une évolution : la recherche de l'optimum

- Les avantages du on line permettent un renouveau du panel dédié en renforçant à la fois ses qualités de réactivité et de finesse de représentativité, le tout pour un budget attractif.



Les bonnes raisons de choisir les panels dédiés on line de Novatris

Le plus gros access panel pré-qualifié du monde

- Près de 6 millions d'individus dans le monde
- Pré-qualifiés régulièrement sur plusieurs centaines de critères
- Renseignés sur des données socio-démographiques (âge, sexe, CSP, habitat, ville, structure du foyer) le niveau d'équipement (télécoms, biens d'équipement, automobile...), le style de vie, les loisirs, les vacances, le transport, les services financiers, la consommation média (presse, Tv, radio, cinéma), les habitudes de consommation de produits cosmétiques ; Des déclinaisons par ville, département, région ... Populations diversifiées de par le mode de recrutement : enquête NetObserver sur 1000 sites tous les 6 mois

La réactivité:

- La capacité à sonder en **temps réel / en urgence**
- La possibilité de sonder à des **fréquences élevées** (par ex :quotidiennes)
- La grande **réactivité marketing** grâce à la rapidité d'exploitation des données: reporting on line
- L'**interactivité** qui renforce la qualité du relationnel clients : l'interview s'insère au sein d'une politique de **marketing relationnel**

L'accessibilité aux consommateurs:

- La maîtrise de l'échantillonnage : extractions centralisées, contrôle des quotas, suivi en direct
- La dispersion géographique et les créneaux horaires très larges

La souplesse:

- La facilité de modification du questionnaire (ajout immédiat d'une question)
- La faculté d'interroger sur des sujets délicats
- Le confort du répondant
- Le mixage quali/ quanti (grande qualité des verbatim)
- La possibilité d'intégrer des contenus multimédia (visuels, vidéo, sons,...)

Des coûts performants:

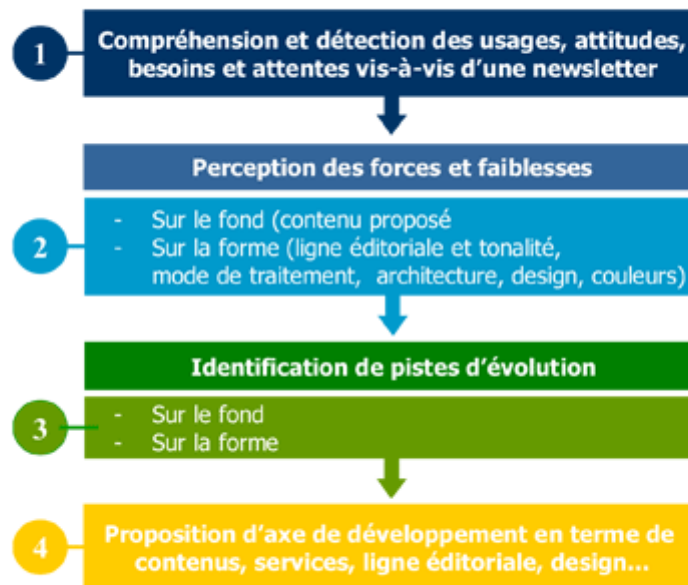
- Le faible coût du recueil on line (renforcé dans le cas du panel dédié), sur des gros volumes
- L'accès optimisé à des cibles pré-recrutées, pré-qualifiées, rares
- Un retour sur investissement (recrutement) plus rapide qu'avec un panel classique



L'approche qualitative

Idéale pour explorer les dimensions d'usages et de perceptions de votre/vos Newsletters, mais aussi définir des pistes créatives d'optimisation.

Elle est réalisée au travers de réunions de groupes (en salle ou en ligne) auprès de vos cibles.



L'approche quantitative

Idéale pour disposer de données quantitatives fiables pour:

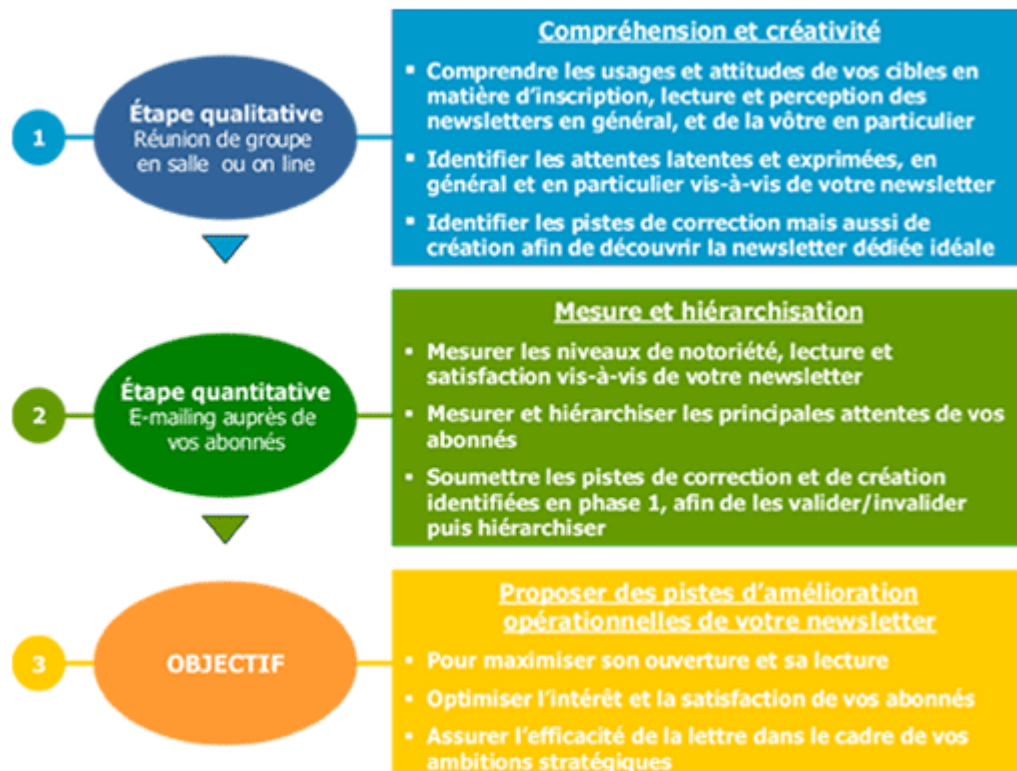
- Identifier le profil de vos destinataires / abonnés à votre newsletter (Signalétique, CSP...)
- Evaluer l'impact de l'opération menée : notoriété spontanée, assistée au sein de l'univers concurrentiel, souvenir du message principal...
- Mesurer les niveaux de lecture et satisfaction, sur le fond et la forme, vis-à-vis de votre newsletter
- Mesurer et hiérarchiser les principales attentes de vos abonnés
- Relever/tester des pistes créatives et pistes de correction

Elle est réalisée au travers d'une enquête en ligne, via e-mailing, directement auprès de vos destinataires (prospects, abonnés, clients...)



L'approche globale

La plupart de nos clients choisissent cette démarche pour une évaluation complète de leur outil.



Quelques références de Novatris en matière de Panel dédiés

- *Le panel de suivi permanent de la satisfaction des téléspectateurs:*
 - *500 répondants par jour interrogés en ligne sur les programmes TV regardés en soirée, individus représentatifs de la population issus d'un panel de 10 000 téléspectateurs, résultats communiqués quotidiennement à France Télévisions*
- *L'observatoire de suivi des dépenses en NTIC:*
 - *4000 foyers interrogés en ligne via l'Access panel Novatris ou par voie postale pour les non internautes, 2 vagues par an.*
- *Le panel cosméto:*
 - *+100 000 européens interrogés sur leurs habitudes de consommation en matière d'hygiène beauté & parfums, résultats accessibles sous formes de rapport d'analyse thématiques, de fiches profil, ou accès aux consommatrices pré-qualifiées pour des études ad hoc quali ou quanti.*
- *Le panel transports & déplacements:*
 - *Les habitants d'une communauté urbaine suivis dans leurs habitudes de déplacements et leur satisfaction vis-à-vis des transports en commun.*



POUR NOUS CONTACTER

Novatris

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

info@novatris.fr
www.novatris.com

Novatris is a subsidiary of Harris Interactive

