



L'institut d'études spécialiste de la communication et de la relation client

Le retour gagnant

Etudes
Etudes de lectorat

Spécialiste de l'optimisation de la performance publicitaire et de la relation client, FEEDBACK accompagne ses clients dans leur recherche de performance et de rentabilité, à travers une approche globale intégrant des outils d'audit qualité, de conseil et d'étude.

Support / La communication écrite

Dans la communication écrite, l'interactivité entre le lecteur et le support est primordiale. Le contenant et le contenu doivent être en adéquation : concordance des sujets et de leur mode de traitement aux attentes des lecteurs, crédibilité du discours, facilité de navigation et de repérage au sein du support...

Fort d'une expérience large et transversale sur tous les types de support, FEEDBACK vous propose 2 formats d'étude de lectorat pour mieux répondre à vos besoins d'analyse.

Nos outils / Notre gamme d'études de lectorat

Nos outils	Vos objectifs
<i>Printfocus</i> Etude qualitative	<ul style="list-style-type: none">- Repenser la conception de votre support ou de vos outils de communication institutionnelle- Accompagner votre réflexion en matière de contenu rédactionnel et de mise en page
<i>Printzoom</i> Etude quantitative	<ul style="list-style-type: none">- Posséder une connaissance fine de vos lecteurs- Connaître leurs pratiques de lecture- Disposer d'un diagnostic fiable de votre support, sur le fond comme sur la forme

Les domaines d'application

- Presse généraliste ou spécialisée
- Magazines de collectivités territoriales
- Monde associatif et sportif
- Economie solidaire
- Communication interne
- Communication financière
- Outils relationnels (Newsletters, Consomag, lettres d'informations...)

Méthodologie / Printfocus

- Réunions de groupes (2 à 4 participants).
- Recrutement dans la cible du support (représentativité socio-démographique en fonction de la fréquence de lecture).
- Utilisation de documents supports (maquettes, documents déjà produits par l'émetteur ou par des acteurs similaires, éléments d'information sur l'identité, l'offre et le positionnement de l'émetteur).
- Discussion entre les participants, impulsée par un animateur, afin de confronter les perceptions et diagnostiquer celles qui sont consensuelles.

Méthodologie / Printzoom

- Enquête quantitative réalisée en face à face, par téléphone ou en CAWI.
- Guide d'entretien mixte quanti (questions fermées) et quali (questions ouvertes), pour une plus grande richesse de l'information.

Résultats & Retour gagnant

Résultats

- Image du support, image de l'émetteur véhiculée par le support,
 - Fréquences et pratiques de lecture,
 - Perception globale du contenu (crédibilité, valeur d'intérêt, style, ton...)
 - Perception par rubrique (fréquence de lecture, niveau d'intérêt...),
 - Perception de la plaquette (navigation, repérage, format, visuels...),
 - Suggestions et attentes insatisfaites.
- ⇒ Vous disposez d'une typologie claire de vos lecteurs (en fonction de leur profil, de leurs comportements et de leur intérêt pour votre support).
- ⇒ Vous disposez d'un diagnostic points forts / points faibles vous permettant de faire évoluer votre support et ainsi mieux répondre aux attentes de votre cible.

