



Proposition Technique et Financière

ETUDE DE SATISFACTION SOBRAGA

Cette étude vise à mesurer la satisfaction des consommateurs des produits de la marque SOBRAGA sur l'étendue du territoire gabonais





Sommaire

- 01 CONTEXTE
- 02 OBJECTIFS
- 03 MÉTHODOLOGIE
- 04 INDICATEURS
- 05 LIVRABLES
- 06 EQUIPE ET EVALUATION

- 07 PLANNING
- 08 BUDGET
- 09 CONDITIONS COMMERCIALES
- 10 REFERENCES
- 11 CONTACTS



OI CONTEXTE

La Société des Brasseries du Gabon (SOBRAGA) souhaite mesurer la satisfaction de sa clientèle à travers une enquête structurée couvrant 9 zones géographiques stratégiques du Gabon. Cette étude vise à identifier les leviers d'amélioration et optimiser l'offre produits/services. Le marché gabonais présente quelques enjeux spécifiques qui font sa particularité. Il s'agit de:

- Diversité culturelle et linguistique (Français, Fang, Myènè, Nzebi, Bapounou/Eschira)
- Disparités d'accès entre zones urbaines et rurales
- Préférences de consommation locales
- Défis logistiques inter-régions

Cette étude s'étend sur un périmètre bien précis.

Périmètre géographique



Libreville, Ntoum, Akanda, Mouila, Lambaréné, Port-Gentil, Franceville, Oyem et Owendo



02 OBJECTIFS

L'objectif général de cette étude est de recueillir de manière objective l'avis des clients sur les produits et les services de la SOBRAGA



Objectifs spécifiques de l'étude

- Disposer d'indicateurs objectifs de satisfaction
- Identifier les points d'amélioration prioritaires
- Segmenter la base clients par attentes
- Anticiper les évolutions du marché

9

Zones géographiques

6000Personnes enquêtées



03 METHODOLOGIE

1 Lancement

Réunion de cadrage avec les équipes SOBRAGA

Validation objectifs

5 Dépouillement

Saisie et apurement des données

Contrôle qualité

2 Questionnaire

Élaboration collaborative du questionnaire

Pré-test & validation

3 Échantillonnage

Stratification par cible et zone géographique

4 6000 personnes

4 Co

Collecte

Administration face-à-face avec tablettes CAPI

Supervision terrain

6 Analyse

Analyses statistiques et segmentation

Tris croisés

7 Restitution

Rapport détaillé et présentation

Recommandations

Planning de réalisation

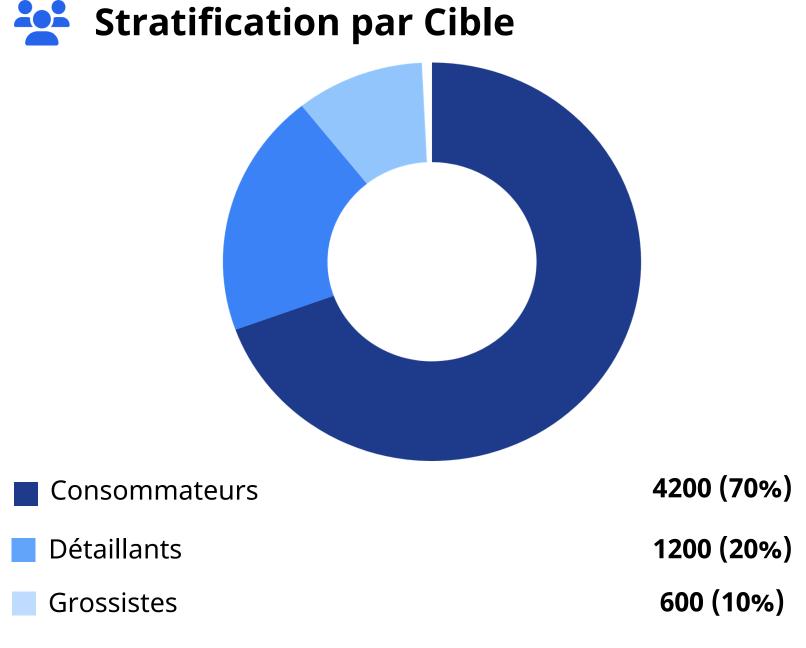
Semaines 1-2 Semaines 3-8 Semaines 9-11

Préparation Terrain Analyse



03 METHODOLOGIE

Répartition stratifiée de l'échantillon de 6000 personnes pour une représentativité optimale



Répartition Géographique

Libreville (Owendo, Ntoum, Akanda)	2400 (40%)
Port-Gentil	900 (15%)
Franceville	720 (12%)
Oyem	660 (11%)
Lambaréné	600 (10%)
Mouila	720 (12%)

Avantages de cette approche stratifiée

Représentativité par segment

Analyses comparatives fiables

Recommandations ciblées

04 INDICATEURS

Modules thématiques

- 1. Profil consommateur
- 2. Notoriété et image de marque
- 3. Habitudes de consommation
- 4. Satisfaction produits
 - Goût, qualité, packaging, disponibilité
 - Rapport qualité-prix
- 5. Satisfaction services
 - Distribution, SAV, communication
- 6. Recommandation et fidélité
- 7. Données socio-démographiques

Indicateurs de performance

Taux de réponse cible : ≥ 65%

Marge d'erreur : ± 1,3% au niveau global

Niveau de confiance : 95%

Taux de refus accepté : ≤ 25%

Echelle de mesure

- Satisfaction globale : Échelle 1-10
- NPS (Net Promoter Score)
- Échelles Likert 5 points pour items détaillés
- CSAT (Customer Satisfaction Score)



05 LIVRABLES



Rapport d'Analyse Complet Méthodologie Résultats Recommandations



Données Brutes

Base de données exploitables



Tableaux de bords

Dashboard interactif avec KPIs principaux Segmentation clientèle avancée Cartes géographiques de satisfaction



Outils de suivi

Questionnaire type pour suivi continu Guide d'utilisation des résultats



06 PLANNING

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2 Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5	Semaine 6	Semaine 7	Semaine 8 Semaine 9	Semaine 10	Semaine 11
PHASE 1: PREPARATOIRE ET CONCEPTUELLE	Finalisation questionnaire									
	Traduction et validation									
PHASE 2 : ÉTUDE DE LA DEMANDE ET SEGMENTATION CLIENT	Recrutement et formation équipes									
	Pré-test (200 interviews)									
	Collecte terrain									
	Saisie et contrôle données									
PHASE 3 : ANALYSE, SYNTHESE ET RESTITUTION	Analyses et rédaction du rapport final									
	Présentation résultats									
	Organisation d'un atelier de restitution et présentation des conclusions									

Durée totale : 11 semaines (2 mois 3 semaines)



EQUIPE & EVALUATION

"

Équipe d'enquêteurs optimisée

- . 1 Chef de projet terrain
- 9 Superviseurs régionaux (1 par zone) avec déplacements prévus
- 32 Enquêteurs expérimentés (4 par zone)
- Formation obligatoire : 1,5 jour (brief projet + techniques d'enquête)

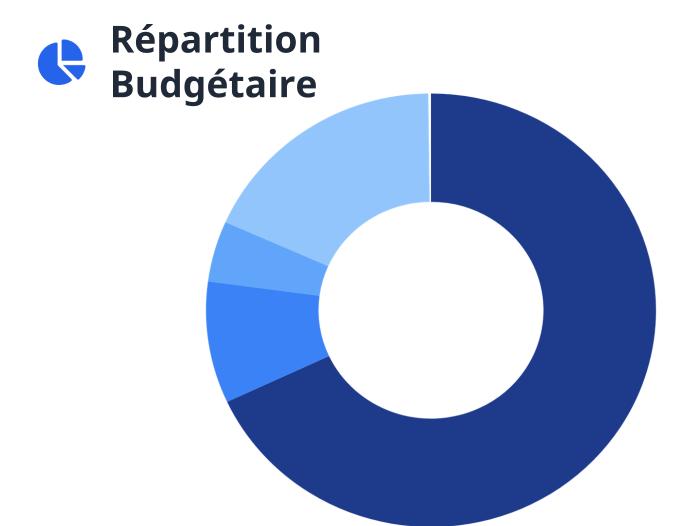
Matériel et logistique optimisée

- . Tablettes Android en location (35 unités, 2 mois)
- . Supports papier de secours
- Déplacements superviseurs
- Transport local enquêteurs par zone
- Identification officielle enquêteurs

Contrôle qualité

- · Validation en temps réel des questionnaires
- Contrôle terrain : 15% des enquêtes vérifiées
- Rappels téléphoniques : 10% validation a posteriori
- . Géolocalisation des points d'enquête

80 **Budget**



Enquêteurs (68%)

Supervision (9%)

Conception (5%)

Autres postes (18%)

15 000 000 XAF

2 000 000 XAF

1 000 000 XAF

4 000 000 XAF

TOTAL GÉNÉRAL

22 000 000 XAF

Détail des Coûts

Prestation Enquêteurs (6000 pers.)	15 000 000
Supervision + Déplacements	2 000 000
Conception Questionnaire	1 000 000
Matériel de Collecte	1 000 000
Analyse et Exploitation	800 000
Formation Enquêteurs	700 000
Rapport et Présentation	500 000
Dépouillement Données	500 000
Réunion de Lancement	300 000
Restitution Données Brutes	200 000

Conditions commerciales

Dans le cadre de cette collaboration, les conditions suivantes s'appliquent :

1. Modalités de paiement :

- Un premier versement correspondant à 30 % du montant total (6 600 000 XAF) exigé à la signature du contrat
- Un second correspondant à 40 % du montant total (8 800 000 XAF) à la fin de la collecte sur le terrain
- Le solde, soit 30 % (6 600 000 XAF) sera réglé à la remise finale des livrables.

2. Droit d'auteur et propriété intellectuelle

Les méthodologies, recommandations, et tout autre élément fourni par MEDIA INTELLIGENCE dans le cadre de cette offre sont protégés par le droit d'auteur. Par conséquent :

- Toutes utilisation de ces éléments par un autre cabinet ou tiers sans l'accord écrit de MEDIA INTELLIGENCE est strictement interdit.
- En cas de rupture de collaboration et d'engagement avec un autre cabinet, le client s'engage à ne pas réutiliser les idées, recommandations, ou solutions proposées par MEDIA INTELLIGENCE dans le présent cadre contractuel.

Ces conditions visent à garantir un partenariat transparent et respectueux des droits des parties impliquées.



Références



































A PROPOS DE NOUS

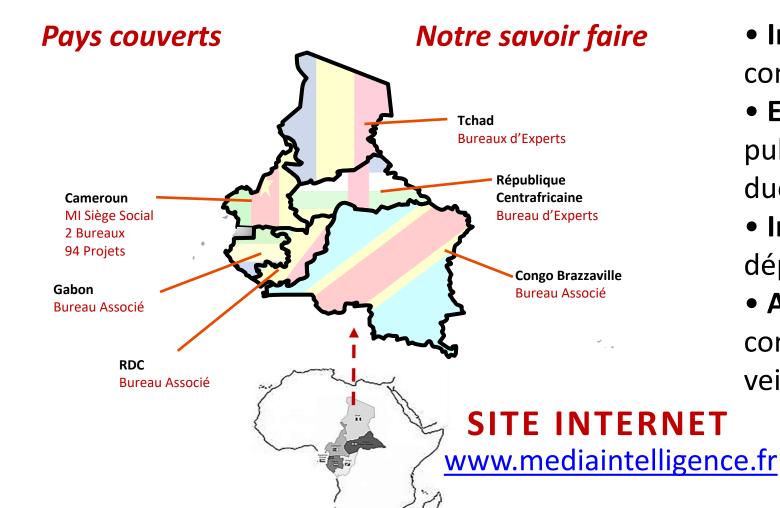


PLUS, DE 16 ANS D'EXPERIENCE!

Media Intelligence Sarl est un cabinet de conseil spécialisé dans la veille concurrentielle, les études de marché et la veille média. Nous concevons des supports d'aide à la prise de décision dans le but d'aider les dirigeants à prendre plus aisément des décisions et atteindre leurs objectifs sereinement.

A ce jour, nous avons plus de 15 ans d'existence au Cameroun et sur le marché Africain,

- ✓ Plus de 220 projets menés à bien dans divers domaines, soit 25 projets d'études d'audience et de veille médiatique, et de nombreuses études de marché dans le secteur de la Banque, de transfert d'argent et le Mobile money,
- ✓ Présent au Cameroun, nous couvrons également 5 autres pays à savoir : Tchad, Gabon, RDC, Congo Brazzaville, RCA.



- Intelligence stratégique : concurrentielle, réglementaire, consommateur, technologiques, digitale;
- **Etude de marché :** études d'opportunité, post test et pretest publicitaire, Etude quantitative et qualitative, retail census, retails Audit, due diligence
- Intelligence Média: audit des campagnes publicitaires, évaluation des dépenses publicitaires,
- Accompagnements & Formations : formations, bulletins d'analyses conjoncturelles des secteurs d'activité ; mise en place de cellules de veille, conférences.



CONTACT







Adresses

Yaoundé – Elig-essono, Immeuble SCB, face entrée gare voyageur

Douala – Face Hôtel le NDE



info@mediaintelligence.fr



Contacts

(+237) 697 18 33 99 • (+237) 677 43 10 13