

OPTIMISEZ L'EXPÉRIENCE CLIENT

Que pensent vos clients ?



INTRODUCTION

CONTEXTE

L'EXPERIENCE CLIENT

L'IMPORTANCE DE LA RÉPUTATION EN LIGNE

L'ENQUÊTE MYSTÈRE

A PROPOS DE NOUS

OFFRE DE SERVICE ET ACCOMPAGNEM ENT

EVALUEZ VOS SERVICES (TRANSPORT DES PERSONNES, FRET TERRESTRE ET REPUTATION EN LIGNE)

METHODOLOGIE

PLAN D'ACCOMPAGNEMENT

EXPERTISE DE MEDIA INTELLIGENCE

NOS REFERENCES

NOS ATOUTS

CALL TO ACTION

CONDITIONS COMMERCIALES

CONTACTS

Le secteur du transport interurbain au Cameroun connaît une expansion significative avec une croissance de 7,3% par an depuis 2019. Le volume de passagers transportés est passé de 8,5 millions en 2018 à plus de 12 millions en 2023, tandis que le parc de véhicules des compagnies formelles a augmenté de 25% sur la même période. Une récente augmentation des tarifs du transport interurbain, avec le prix au kilomètre passant de 14 à 16 FCFA, reflète une évolution du secteur.

Cette croissance s'accompagne d'une évolution des attentes des voyageurs : 83% des passagers citent désormais la sécurité et le confort comme critères principaux de choix d'un transporteur, devant le prix (67%). La satisfaction client est devenue un enjeu majeur, avec 78% des voyageurs partageant leurs expériences sur les réseaux sociaux, influençant directement votre réputation en ligne.

Le fret terrestre constitue un gain financier considérable dans les recettes des agences. En 2023, le secteur a connu une augmentation des coûts, principalement due à la hausse des prix du carburant, ce qui a affecté négativement la compétitivité des corridors camerounais. Les transporteurs routiers font également face à de nombreuses tracasseries administratives, avec plus de 100 postes de contrôle sur le corridor Douala-N'Djamena par exemple, entraînant des coûts supplémentaires importants. De plus, le secteur est régi par des conventions internationales qui définissent les quotas de fret entre le Cameroun et les pays voisins.

Dans un environnement où l'offre se diversifie et se professionnalise, les compagnies doivent impérativement maintenir un haut niveau de qualité de service pour se démarquer. Notre programme d'enquêtes mystères, spécifiquement conçu pour le transport interurbain camerounais, vous permettra d'évaluer objectivement l'ensemble du parcours client, depuis la réservation jusqu'à l'arrivée à destination, et d'identifier les axes d'amélioration prioritaires pour renforcer votre position concurrentielle.

A PROPOS DE NOUS

PLUS DE 16 ANS D'EXPERIENCE!

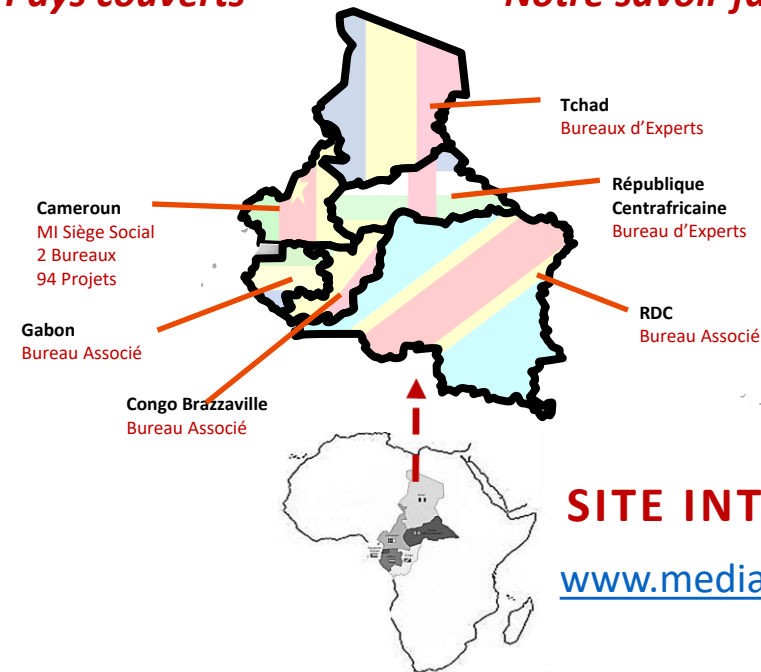
Media Intelligence Sarl est un **cabinet de conseil spécialisé** en études de marché, enquêtes et sondages d'opinion, veille concurrentielle et veille média. Nous concevons des supports d'aide à la prise de décision dans le but d'aider les dirigeants à prendre plus aisément des décisions et atteindre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

A ce jour, nous avons plus de 16 ans d'existence au Cameroun et sur le marché Africain,

- ✓ Plus de 300 projets menés à bien dans divers domaines, 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.

Pays couverts

Notre savoir faire



SITE INTERNET

www.mediaintelligence.fr

En tant que membre du **PAMRO** (Pan African Market Research Organisation), de l'**ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research) et de la **MPSA Europe/Africa** (Mystery Shopping Professionals Association), notre cabinet bénéficie d'une **reconnaissance internationale** et d'une **expertise certifiée** dans le domaine des études de marché et des enquêtes mystères. Ces affiliations renforcent notre crédibilité et démontrent notre engagement à respecter les **normes les plus élevées** en matière de qualité, d'éthique et de professionnalisme.

Nos services :

- **Veille stratégique**
- **Etude de marché**
- **Intelligence Média**
- **Accompagnements & Formation**

Dans un secteur aussi concurrentiel que le transport interurbain, l'expérience client est un facteur clé de différenciation. Les voyageurs ont aujourd'hui des attentes élevées : ils recherchent non seulement un service fiable et ponctuel, mais aussi un confort optimal, une communication claire et un service personnalisé. Une expérience client médiocre peut entraîner une perte de clientèle, une mauvaise réputation et une baisse des revenus.

ENJEUX :

- **Fidélisation** : Un client satisfait est plus susceptible de revenir et de recommander votre agence.
- **Concurrence** : Avec l'émergence de nouvelles agences et offres (covoiturage, train), votre agence de transport doit se démarquer.
- **Réputation en ligne** : Les avis en ligne et les réseaux sociaux amplifient les expériences négatives, impactant directement votre image de marque.

DÉFIS :

- **Ponctualité** : Les retards sont l'une des principales sources de frustration.
- **Confort** : Les voyageurs attendent des sièges confortables, des espaces propres et des services à bord de qualité.
- **Service client** : Une communication claire et un personnel aimable sont essentiels pour rassurer les clients.

L'Importance de la Réputation en Ligne

Au Cameroun, où **60% des voyageurs consultent les avis en ligne** avant de choisir une compagnie de transport, la réputation numérique est un **facteur clé de décision**.




Les chiffres clés :

-  **1 avis négatif** = Perte de **15 clients potentiels** en moyenne
-  Les compagnies avec **+4★** ont un **taux de remplissage supérieur de 35%**

Impact Business Direct

Aspect	BONNE E-RÉPUTATION	MAUVAISE E-RÉPUTATION
Réservations	+30%	-20%
Prix pratiqués	+15% de marge possible	Déclassement tarifaire
Fidélisation	50% de retours clients	12% seulement

Risques Ignorés par les Compagnies

-  **Bad buzz viral** : 1 vidéo de dénigrement peut faire perdre **+500 000 FCFA/jour**
-  **Désavantage concurrentiel** : Les clients paient **10% plus cher** pour une agence mieux perçue
-  **Mauvais référencement Web** : Moins d'avis → Algorithme Google vous déclasse

Les **enquêtes mystères** offrent une solution efficace pour évaluer et améliorer l'expérience client de manière objective et discrète. Elles permettent de **voir votre service à travers les yeux de vos clients** et d'identifier les points forts et les axes d'amélioration.

POURQUOI LES ENQUÊTES MYSTÈRES SONT-ELLES PERTINENTES POUR VOTRE AGENCE DE TRANSPORT INTERURBAIN ?

- **Objectivité** : Les clients mystères évaluent votre service de manière neutre, sans biais.
- **Discrétion** : Les évaluations se font sans que le personnel ne soit au courant, garantissant des résultats authentiques.
- **Prise de décision** : Les données recueillies permettent de prendre des décisions éclairées pour améliorer le service.

BÉNÉFICES POUR VOTRE AGENCE

- **Amélioration de la satisfaction client** : Identifier et corriger les points faibles pour offrir une expérience optimale aux clients afin d'éviter les frustrations.
- **Optimisation des processus** : Améliorer l'efficacité des opérations (réservation, embarquement, gestion des retards) pour maximiser le revenus.
- **Renforcement de la fidélité** : Des clients satisfaits sont plus susceptibles de revenir et de recommander votre service.
- **Avantage concurrentiel** : Se démarquer en offrant une expérience client supérieure à celle de vos concurrents.

TRANSPORT DES PERSONNES



TRANSPORT DES PERSONNES



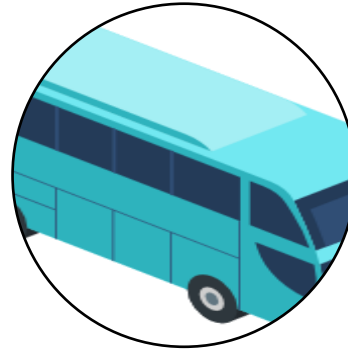
ÉVALUATION DES AGENCES ET ACCEUIL DES USAGERS

- Accueil des usagers
- Propreté des agences et des véhicules
- Facilité de renseignement



PROCESSUS DE RÉSERVATION ET D'ACHAT DES BILLETS

- Facilité de réservation
- Clarté des tarifs
- Paiement en ligne.



EMBARQUEMENT ET EXPERIENCE À BORD

- Confort pendant le voyage
- Ponctualité des départs
- Comportement du personnel
- Services à bord (wifi, climatisation, toilettes)



SERVICE CLIENT

- Réactivité
- Politesse
- Résolution des problèmes
- Gestion des bagages

← **PARCOURS CLIENT** →

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
PROCESSUS DE RÉSERVATION ET D'ACHAT DES BILLETS	Facilité d'accès aux informations sur les horaires et trajets	échelle de 1 à 5
	Disponibilité des canaux de réservation	guichet, téléphone, en ligne
	Temps d'attente au guichet	en minutes
	Accueil et amabilité du personnel de billetterie	échelle de 1 à 5
	Possibilité de choisir sa place	Oui/non
	Options de paiement disponibles	espèces, mobile money, carte bancaire
	Remise d'un reçu ou billet en bonne et due forme	Oui/non
	Précision des informations sur l'heure et le lieu de départ	Oui/non
	Procédure en cas d'annulation ou de modification expliquée	Oui/non
	Informations sur les bagages autorisés	communiquées/non communiquées

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
PONCTUALITÉ DES DÉPARTS ET ARRIVÉES	Heure d'ouverture de l'embarquement	à l'heure/en retard de x minutes
	Heure effective de départ	à l'heure/en retard de x minutes
	Communication en cas de retard	Présente et claire/Absente/Insuffisante
	Annonce du temps de trajet estimé	Oui/Non
	Nombre et durée des arrêts pendant le trajet	Conformes/Non conformes
	Heure effective d'arrivée	À l'heure/En retard de X minutes
	Gestion des imprévus pendant le trajet	Efficace/Inefficace
	Temps d'attente pour accéder au véhicule	En minutes
	Processus d'embarquement organisé	Oui/non

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
GESTION DES BAGAGES	Procédure claire pour l'enregistrement des bagages	Oui/Non
	Remise d'un ticket de bagages	Oui/Non
	Assistance pour les bagages lourds	Disponible/Non disponible
	Rangement sécurisé des bagages en soute	Organisé/Désorganisé
	Rangement des bagages à main	Espace suffisant/Insuffisant
	Protection des bagages contre les intempéries	Assurée/Non assurée
	Vérification à la restitution des bagages	Présente/Absente
	Temps d'attente pour récupérer les bagages à l'arrivée	En minutes
	État des bagages à l'arrivée	Intact/Endommagé
	Procédure en cas de perte ou dommage expliquée	Oui/Non

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
CONFORT PENDANT LE VOYAGE	Espace pour les jambes	Suffisant/Insuffisant
	Largeur des sièges	Confortable/Étroite
	Possibilité d'incliner les sièges	Oui/Non
	Niveau sonore dans le véhicule	Acceptable/Trop élevé
	Qualité de la suspension du véhicule	Bonne/Moyenne/Mauvaise
	Stabilité de la température intérieure	Confortable/Inconfortable
	Ventilation efficace	Oui/Non
	Éclairage individuel fonctionnel	Oui/Non
	Distribution d'eau ou boissons	Proposée/Non proposée
	Possibilité de se restaurer pendant le trajet	Oui/Non
	Durée et fréquence des pauses	Adaptées/Inadaptées
	Niveau de vibration du véhicule	Faible/Moyen/Élevé

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
WIFI	Disponibilité annoncée du wifi	Oui/Non
	Fonctionnement effectif du wifi	Oui/Non
	Stabilité de la connexion	Stable/Instable
	Débit suffisant pour une utilisation basique	Oui/Non
	Instructions de connexion fournies	Oui/Non

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
CLIMATISATION	Fonctionnement de la climatisation	Efficace/Inefficace
	Température intérieure	Confortable/Trop froide/Trop chaude
	Réglage possible de la ventilation individuelle	Oui/Non
	Bruit généré par la climatisation	Discret/Bruyant
	Répartition homogène de l'air frais	Oui/Non

EVALUEZ LE TRANSPORT DES PERSONNES

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
TOILETTES	Présence de toilettes à bord	Oui/Non
	Propreté des toilettes	Échelle de 1 à 5
	Disponibilité du papier toilette	Oui/Non
	Disponibilité de savon/désinfectant	Oui/Non
	Odeurs	Neutres/Désagréables
	Éclairage des toilettes	Suffisant/Insuffisant
	Intimité assurée	Oui/Non
	Signalisation des toilettes	Claire/Peu visible
AUTRES SERVICES	Prises électriques ou USB fonctionnelles	Présentes/Absentes
	Écrans de divertissement	Présents/Absents
	Disponibilité de couvertures/oreillers pour longs trajets	Oui/Non
	Distribution de journaux/magazines	Oui/Non
	Annonces sonores pendant le voyage	Clares/Inaudibles

FRET TERRESTRE

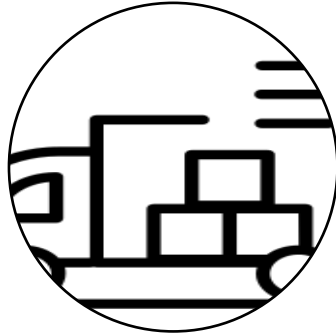


FRET TERRESTRE



DEMANDE DE DEVIS

- Evaluation de la réactivité
- Clarté des informations et professionnalisme



LOGISTIQUE DES MARCHANDISES

- Ponctualité
- Manipulations des colis
- Vérification des documents



TRANSPORT ET MANUTENTION

- Etat des véhicules
- Sécurisation du chargement
- Respect des normes



SERVICE CLIENT

- Temps d'attente
- Courtoisie
- Résolution des problèmes



LIVRAISON

- Respect des délais
- Etat des marchandises
- Procédure de remises

← **PARCOURS CLIENT** →

EVALUEZ VOTRE SERVICE DE FRET

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
PONCTUALITÉ ET RESPECT DES DÉLAIS	Respect des délais de livraison	Livraison à l'heure/En retard de X heures
	Communication en cas de retard	Présente et claire/Absente/Insuffisante
	Temps de chargement/déchargement	Respect des temps prévus/Délais excessifs
	Flexibilité en cas d'imprévus	Capacité à s'adapter aux changements de planning
ÉTAT DES MARCHANDISES	Intégrité des marchandises	Marchandises intactes/endommagées
	Emballage adapté	Emballage conforme aux normes/insuffisant
	Protection contre les intempéries	Marchandises protégées/exposées
	Respect des conditions de température	Pour les marchandises sensibles (chaîne du froid)

EVALUEZ VOTRE SERVICE DE FRET

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
QUALITÉ DU SERVICE CLIENT	Réactivité du service client	Temps de réponse aux demandes (rapide/lent)
	Professionalisme des équipes	Courtoisie, compétence et disponibilité
	Clarté des informations fournies	Explications claires et précises sur le suivi des livraisons
	Gestion des réclamations	Résolution rapide et efficace des problèmes
GESTION DES DOCUMENTS ET TRAÇABILITÉ	Exactitude des documents de transport	Oui/Non
	Traçabilité des marchandises	Suivi en temps réel des livraisons
	Remise des preuves de livraison	Oui/Non
	Gestion des douanes (si applicable)	Respect des procédures douanières

EVALUEZ VOTRE SERVICE DE FRET

SYSTÈME DE NOTATION

SERVICE	INDICATEURS	CRITÈRES D'ÉVALUATION
TARIFICATION ET TRANSPARENCE	Clarté des tarifs	Tarifs affichés et expliqués clairement
	Absence de frais cachés	Aucun frais supplémentaire non annoncé
	Rapport qualité-prix	Adéquation entre le service offert et le prix demandé
	Flexibilité des options de paiement	Paieement en ligne, virement, carte bancaire, etc.

REPUTATION EN LIGNE



Transformez Chaque Avis Client en Opportunité Commerciale

Notre Approche Unique

1. COLLECTE

- QR codes dans les véhicules + SMS automatisés post-trajet
- Surveillance 24h/7 des 12 plateformes clés (Google, Facebook, TikTok, Instagram...)

2. ANALYSE

- **Indicateurs Phares :**
 - ▶ Tonalité des avis (Positif/Neutre/Négatif)
 - ▶ Thématiques récurrentes (% retards, propreté, service)
 - ▶ Taux de réponse concurrentiel

Tableau : Les indicateurs à Surveiller Absolument

Indicateur	Bon Score	Critères de Notation	Notre Cible
Note Moyenne	≥4.0★	Pondération des 3 derniers mois	+1★ en 6 mois
Taux de Réponse	>80%	Délai <24h pour les négatifs	95%
Sentiment Positif	>60%	Analyse IA des mots-clés	+25%
Part de Voix	Leader	Comparaison avec 3 concurrents directs	Top 3
Conversion des Plaintes	>70%	Nombre de plaintes transformées en éloges	85%

EVALUEZ VOTRE E-REPUTATION

LES INDICATEURS RESEAUX SOCIAUX



IPP

L'**IPP** entendu Indice de Performance de la Page est un indicateur qui résume l'état d'une page. Il s'agit d'une **combinaison de la valeur d'engagement et de la croissance hebdomadaire moyenne d'une page.**



Engagement

Représente toutes les façons dont un client interagit avec l'entreprise et dont l'entreprise interagit avec lui. En bref, ce sont tous les points de contact digitaux que le client a avec la marque



Post interaction

Correspond au nombre total d'actions entreprises sur les publicités et communication Facebook par les internautes.



Reach

La portée que va atteindre une publication, ou une campagne de publicité



Mentions

Action de signaler, de citer, de nommer ; fait d'être signalé, cité, nommé



Total interactions

Il s'agit simplement du nombre d'interactions total divisé par le nombre d'impressions total

1

IPP

Combinaison valeur engagement et croissance hebdomadaire moyenne

2

Reach

Portée que peut atteindre une publication ou publicité

3

Post Interaction

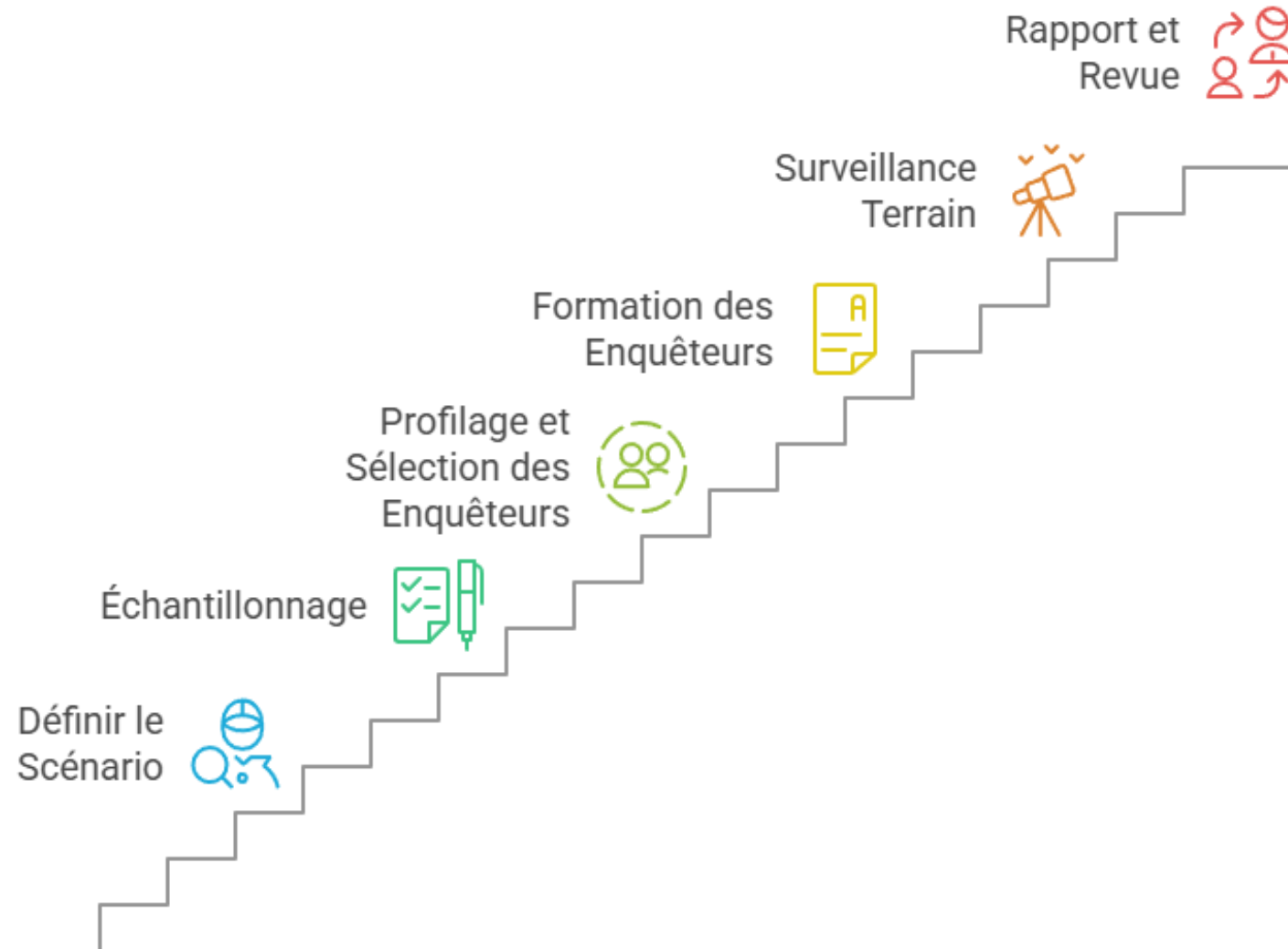
Actions faites par les internautes sur une communication ou une publicité

4

Engagement

Interaction cumulées et/ou moyenne par rapport à la communauté

Avec plus de 20 enquêtes mystères déjà réalisées



L'objectif de ce plan est de mesurer l'impact des enquêtes mystères et de proposer un accompagnement continu pour améliorer l'expérience client. Il se déroule en 2 vagues et inclut un outil de suivi et d'évaluation pour garantir des résultats tangibles.

VAGUE 1 : Diagnostic Initial et Mise en Œuvre des Actions Correctives(Enquête Mystère Initiale)

1- Objectifs

- **Évaluer** l'état actuel de l'expérience client.
- **Identifier** les points forts et les axes d'amélioration.
- **Proposer** des actions correctives immédiates.

2- Etapes

- **Enquête Mystère Initiale**
- **Analyse et Rapport Détaillé**
- **Atelier de Restitution**
- **Mise en Œuvre des Actions Correctives**

3- Durée

- **4 à 6 semaines** (en fonction du nombre de sites à évaluer).

L'objectif de ce plan est de mesurer l'impact des enquêtes mystères et de proposer un accompagnement continu pour améliorer l'expérience client. Il se déroule en 2 vagues et inclut un outil de suivi et d'évaluation pour garantir des résultats tangibles.

VAGUE 2 : Évaluation de l'Impact et Amélioration Continue

1- Objectifs

- **Mesurer** l'impact des actions correctives mises en place.
- **Identifier** les progrès réalisés et les nouveaux axes d'amélioration.
- **Proposer** un plan d'action pour une amélioration continue.

2- Etapes

- Enquête Mystère de Suivi
- Analyse comparative
- Atelier de suivi
- Mise en Place d'un Système de Suivi Permanent

3- Durée

- 6 à 8 semaines après la fin de la Vague 1.

PLAN D'ACCOMPAGNEMENT

Ce plan propose un accompagnement continu en 2 vagues pour optimiser l'expérience client. Un suivi rigoureux garantit des résultats tangibles.

Planning 1 : Enquête Mystère Initiale (Vague 1)

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5
PHASE 1 : PRÉPARATOIRE ET CONCEPTUELLE	Formation des enquêteurs					
	Élaboration et validation des outils de collecte (grilles d'observation, questionnaires)					
	Validation des questionnaires					
PHASE 2 : COLLECTE DES DONNÉES (Enquêtes Mystères)	Visites mystères des agences					
	Observation de l'accueil, du service, de la propreté, etc.					
	Entretiens individuels avec les clients réguliers					
PHASE 3 : CONTRÔLE QUALITÉ	Validation en temps réel des données collectées					
	Rédaction des rendus préliminaires					
PHASE 4 : ANALYSE DES DONNÉES ET RECOMMANDATIONS	Nettoyage et validation finale des données					
	Analyse des résultats et identification des axes d'amélioration					
	Atelier de restitution des résultats et proposition d'actions correctives					

PLAN D'ACCOMPAGNEMENT

Planning 2 : Enquête d'Évaluation de l'Impact et Amélioration Continue (Vague 2)

PHASES	ACTIVITES	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4	Semaine 5
PHASE 1 : PRÉPARATION ET ÉVALUATION DES ACTIONS CORRECTIVES	Analyse des actions correctives mises en œuvre					
	Élaboration et validation des outils de collecte (enquêtes de satisfaction client, guides d'entretiens avec le personnel)					
PHASE 2 : COLLECTE DE DONNÉES COMPLÉMENTAIRES	Enquêtes de satisfaction client (en ligne, par téléphone, en personne)					
	Entretiens avec le personnel des agences					
PHASE 3 : ANALYSE DES DONNÉES ET MESURE DE L'IMPACT	Analyse comparative des résultats des enquêtes mystères (Vague 1 vs. Vague 2)					
	Analyse des données des enquêtes de satisfaction client et des entretiens avec le personnel					
	Mesure de l'impact des actions correctives sur l'expérience client et sur les performances des agences (si possible)					
PHASE 4 : ATELIER D'AMÉLIORATION CONTINUE ET PLAN D'ACTION	Organisation d'un atelier avec les équipes pour discuter des résultats et identifier les nouvelles actions d'amélioration à mettre en place, et définir les indicateurs de performance clés (KPI) pour suivre l'évolution					
	Élaboration d'un plan d'action pour l'amélioration continue de l'expérience client					

NOS REFERENCES

En matière d'étude d'Image, Perception, Satisfaction clients, Parcours client et Benchmark



Afriland First Bank

Évaluation du parcours et de l'expérience client en agence d'Afriland First Bank-Douala

Mai 2023

CBC

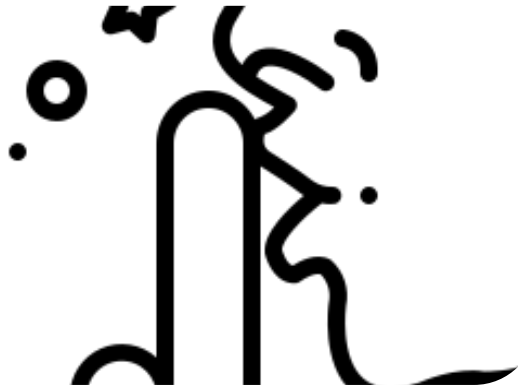
Évaluation du parcours et de l'expérience client en agence de la Commercial Bank Cameroon

Mai 2023 / Décembre 2023
Banque Atlantique

Évaluation du parcours et de l'expérience client en agence de l'ensemble du réseau

Mai 2024

NOS ATOUTS



Discretion garantie



**Outils technologiques
modernes**



**Une expertise reconnue
par des organisations
internationales**



Impact mesurable

EN MATIERE D'ENQUÊTES MYSTERES

Partenaire du réseau MSPA



MSPA (Mystery Shopping Providers Association) est l'organisation internationale qui regroupe les prestataires de services en **Mystery shopping** (enquêtes mystères). Elle vise à promouvoir les bonnes pratiques, garantir la qualité des services fournis par ses membres et offrir des formations et certifications aux professionnels du secteur.

Il existe plusieurs divisions régionales de MSPA :

- **MSPA Americas** (Amérique du Nord et du Sud)
- **MSPA Europe/Africa**
- **MSPA Asia/Pacific**

Les entreprises membres de MSPA recrutent et forment des **clients mystères** chargés d'évaluer la qualité du service dans divers secteurs (hôtellerie, grande distribution, banques, télécommunications, etc.). L'association joue également un rôle dans la mise en relation des entreprises souhaitant améliorer leur expérience client avec des fournisseurs de services d'audit et de mystery shopping.

En Afrique Centrale, Média Intelligence se distingue comme la seule entreprise à avoir été acceptée au sein de cette organisation prestigieuse, affirmant ainsi son expertise et son engagement dans les enquêtes mystères.

EN MATIERE DE CONFORMITE ET CONFIDENTIALITE

- Nous nous engageons à respecter scrupuleusement la **législation en vigueur relative à la protection des données à caractère personnel au Cameroun**, notamment la **Loi n° 2024/017 du 23 décembre 2024** régissant ce domaine.
- Nous garantissons que toutes les informations collectées seront traitées dans le strict respect des principes de confidentialité, de proportionnalité et de finalité légitime. Aucun usage détourné ou non conforme à la réglementation ne sera effectué.
- Notre méthodologie d'enquête est conçue pour assurer la transparence et la conformité, avec des mesures de sécurité appropriées pour la protection des données.

À tout moment, nous restons disponibles pour toute clarification ou mise en conformité spécifique selon vos exigences.

 **Confidentialité & Conformité : Notre Engagement Prioritaire.**

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

1. Modalités de paiement :

- Un premier versement correspondant à **50 % du montant total** exigé avant la début de l'étude
- Le solde, soit **50 %** 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 :

- Toute 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.

Contactez-nous



Yaoundé - Elig-essono, Immeuble SCB, face entrée Gare voyageur

Douala - Face Hotel le NDE



mediaintelligence.



**fr
info@mediaintelli**

**gence.fr
(+237) 697 18 33 99 / (+237) 677 43 10 13**

