

ÉTUDE DE SATISFACTION CLIENTÈLE SOBRAGA

Proposition Technique et Financière

Juin 2025



- 📊 Contexte & Marché Gabonais
- ♟️ Enjeux Stratégiques
- 🎯 Objectifs Stratégiques
- 📋 Méthodologie - Vue d'Ensemble
- 👥 Méthodologie - Échantillonnage
- 📈 Indicateurs de Performance
- 📄 Livrables & Outils Digitaux
- 📅 Planning & Équipe
- 📊 Investment & ROI
- 🏆 Références & Expertise
- 🗣️ Contact & Prochaines Étapes



MEDIA INTELLIGENCE - PROFIL DÉTAILLÉ

Notre Histoire & Expertise

Media Intelligence

est un cabinet de conseil spécialisé fondé en 2009, avec plus de

16 ans d'expérience

dans la veille concurrentielle, les études de marché et la veille média en Afrique centrale et occidentale.

2009

Création au Cameroun

2012

Expansion au Gabon et RCA

2015

Bureaux en RDC et Congo

2018

Plateforme d'analyse digitale

2021

Certification ISO 20252

2023

Division Intelligence Artificielle

Notre Équipe

Direction

- 1 Directeur Général
- 1 Directeur des Opérations
- 1 Directeur Scientifique

Terrain

- 15 Superviseurs régionaux
- 120+ Enquêteurs formés

Experts

- 8 Chefs de projet seniors
- 12 Analystes de données
- 6 Statisticiens

Support

- 4 Développeurs IT
- 5 Administratifs

Nos Services



Intelligence stratégique

Veille concurrentielle, réglementaire, consommateur, technologique et digitale pour anticiper les évolutions du marché.



Études de marché

Études d'opportunité, post/pretest publicitaire, études quantitatives et qualitatives, retail census, retail audit.



Intelligence Média

Audit des campagnes publicitaires, évaluation des dépenses publicitaires, analyse de l'efficacité marketing.



Accompagnements & Formations

Formations spécialisées, bulletins d'analyses, mise en place de cellules de veille, conférences et ateliers.

Nos Différenciateurs

- ✓ Expertise locale approfondie
- ✓ Méthodologies adaptées
- ✓ Outils digitaux propriétaires
- ✓ Équipe pluridisciplinaire
- ✓ Présence multi-pays
- ✓ Certifications internationales

Nos Clients

Secteur Bancaire Télécommunications Agroalimentaire

RÉFÉRENCES & PROJETS SIMILAIRES

Media Intelligence a réalisé plus de **220 projets**

en Afrique centrale et occidentale, dont plusieurs études de satisfaction client et d'image de marque dans le secteur des boissons.

Projets similaires réalisés

Étude de satisfaction clients - Secteur bancaire

Évaluation de la satisfaction des clients particuliers et professionnels dans 4 pays (Cameroun, Gabon, Congo, RDC)

📅 2023-2024

👤 8 500 répondants

📈 +12% NPS

Bancaire

Étude d'image de marque - Secteur télécoms

Analyse de la perception et du positionnement d'un opérateur majeur en Afrique centrale avec recommandations stratégiques

📅 2022

👤 5 200 répondants

📈 3 campagnes optimisées

Télécoms

Étude de consommation - Secteur agroalimentaire

Analyse des habitudes de consommation et préférences pour une marque de boissons gazeuses au Cameroun et au Gabon

📅 2024

👤 4 800 répondants

📈 2 nouveaux produits lancés

Boissons

Baromètre de satisfaction - Distribution

Mise en place d'un baromètre continu de satisfaction client pour une chaîne de supermarchés au Gabon

📅 2021-2025

👤 1 200 répondants/trimestre

📈 +18% fidélisation

Retail

Certifications & Reconnaissances

🌟 ISO 20252:2019

🌟 Prix Innovation 2023

🌟 MSPH

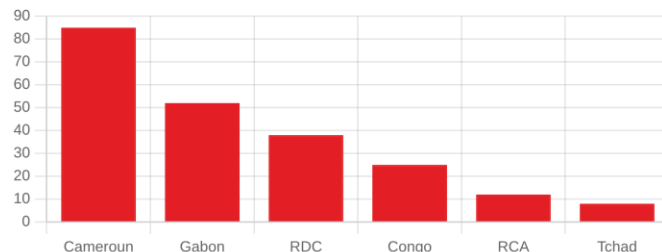
🌟 ESOMAR Member

🌟 Top Employer 2024

🌟 PAMRO

Présence Géographique

Répartition des projets par pays



Partenaires Stratégiques

ÉQUIPE PROJET DÉDIÉE

Une **équipe pluridisciplinaire**

de professionnels expérimentés sera dédiée à votre projet, combinant expertise méthodologique et connaissance du secteur.

Profils clés



M. Rostand Tane

Expert senior en intelligence stratégique et marketing avec 17+ ans d'expérience dans les medias et l'intelligence économique en Afrique. Fondateur et Directeur Général de Media Intelligence SARL, j'ai dirigé 300+ projets dans 17 pays.

Direction stratégique

Méthodologie

Analyse sectorielle



Mme. Christeva Djomou & M. Rodrigue Bakena

Master en Statistiques Appliquées, spécialiste des analyses multivariées et segmentations clients.

Analyses quantitatives

Modélisation

Data visualization



Mme OBONE

Chef de Terrain Gabon | 8 ans d'expérience

Spécialiste des opérations terrain au Gabon, expert en logistique d'enquête et management d'équipes.

Coordination terrain

Contrôle qualité

Formation enquêteurs

Organisation de l'équipe

Directeur de Projet

Statisticienne Senior

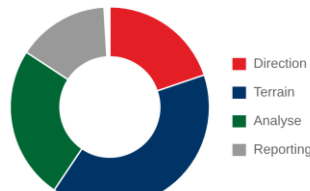
Chef de Terrain

Analystes (3)

Superviseurs (9)

Enquêteurs (32)

Répartition des efforts



Engagement qualité

Réunions hebdomadaires
Rapports d'avancement
Double validation
Support technique (3 mois)

CONTEXTE - SOBRAGA & MARCHÉ GABONAIS

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.

Enjeux spécifiques du marché gabonais

Diversité culturelle et linguistique

Français, Fang, Myènè, Nzebi, Bapounou/Eschira

Disparités d'accès entre zones urbaines et rurales

Infrastructures, distribution, pouvoir d'achat

Préférences de consommation locales

Habitudes régionales, goûts spécifiques

Défis logistiques inter-régions

Transport, stockage, distribution



Carte des provinces du Gabon

ENJEUX STRATÉGIQUES

Dans un contexte de **concurrence accrue** et d' **évolution des habitudes de consommation**, SOBRAGA doit relever plusieurs défis stratégiques pour maintenir sa position de leader sur le marché gabonais des boissons.



Évolution du marché des boissons au Gabon

Croissance du segment premium (+12%), développement des boissons sans alcool (+8%), émergence de nouveaux acteurs locaux et internationaux.



Positionnement concurrentiel SOBRAGA

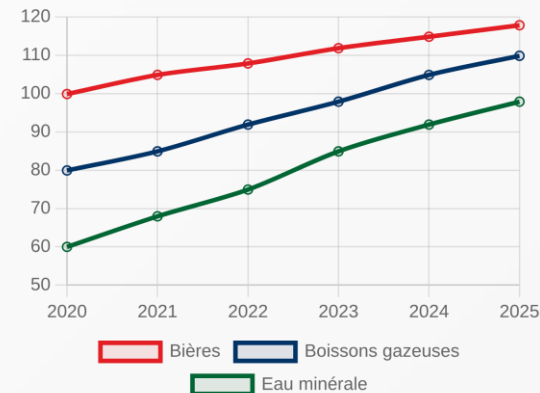
Leader historique (65% PDM), mais pression concurrentielle croissante sur les segments premium et sans alcool, nécessité de renforcer la différenciation.



Attentes consommateurs en mutation

Demande croissante pour des produits de qualité, sensibilité prix accrue, exigence de disponibilité constante, attentes en matière de responsabilité sociale.

Évolution du marché des boissons au Gabon (base 100 en 2020)



OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Objectif général

Recueillir de manière objective l'avis des clients sur les produits et les services de la SOBRAGA pour améliorer la satisfaction client.

Objectifs spécifiques



Disposer d'indicateurs objectifs

Mesurer précisément la satisfaction par produit et segment.

ISG

NPS



Identifier les points d'amélioration

Détecter les axes de progrès critiques.

Matrice I/P



Segmenter la base clients

Créer des profils clients détaillés.

Typologie



Anticiper les évolutions

Identifier les tendances émergentes.

Intentions

Dimensions de satisfaction



Chiffres clés de l'étude

9

Zones géographiques

6000

Personnes enquêtées

11

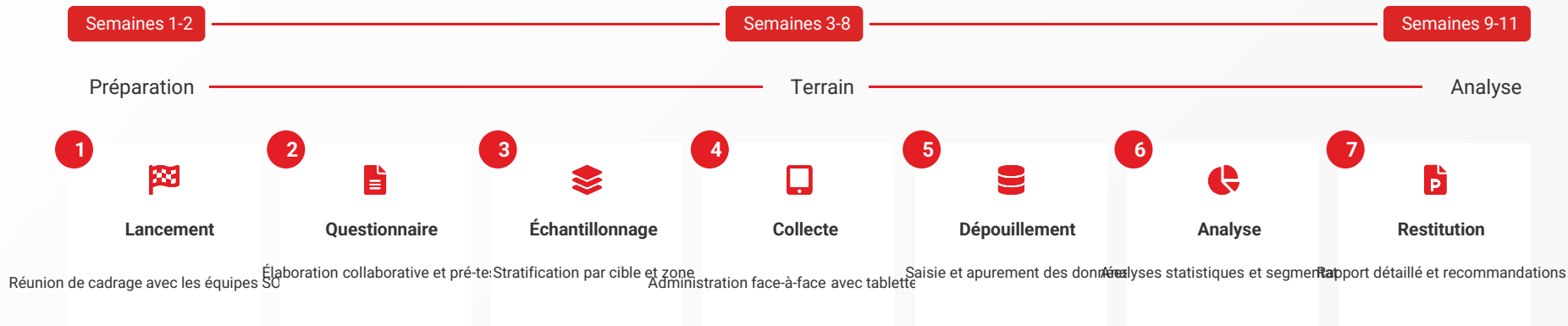
Semaines d'étude

3

Segments clients

MÉTHODOLOGIE - VUE D'ENSEMBLE

Notre approche méthodologique structurée en **7 étapes clés** garantit une collecte de données fiable et des analyses pertinentes pour répondre aux objectifs de l'étude.



Innovations techniques

- Tablettes CAPI avec géolocalisation
- Supervision terrain en temps réel
- Contrôle qualité intégré (15% des enquêtes vérifiées)
- Traitement statistique avancé

Avantages de notre approche

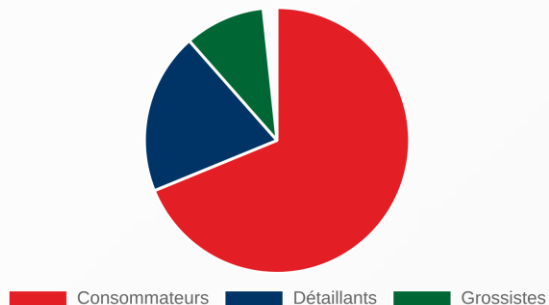
- Représentativité optimale par segment
- Analyses comparatives fiables entre zones
- Recommandations ciblées et actionnables
- Suivi continu des indicateurs clés

MÉTHODOLOGIE - ÉCHANTILLONNAGE

Répartition stratifiée de l'échantillon de **6000 personnes** pour une représentativité optimale sur l'ensemble du territoire gabonais.

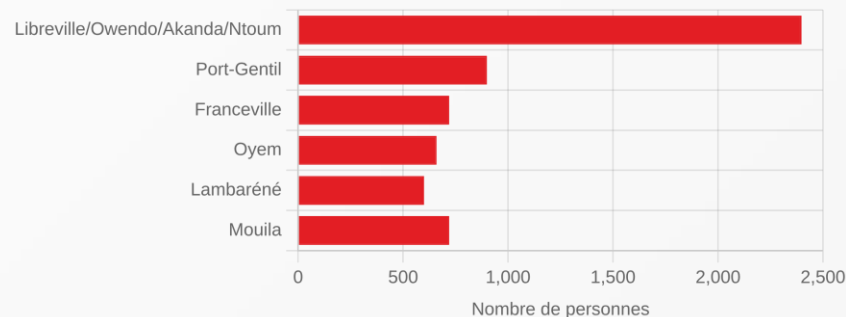
Stratification par Cible

Répartition par type de client



Répartition Géographique

Répartition par zone géographique



Avantages de cette approche stratifiée

- Représentativité par segment de clientèle
- Analyses comparatives fiables entre segments
- Recommandations ciblées par type de client
- Marge d'erreur réduite ($\pm 1,3\%$ au niveau global)

Indicateurs de performance

Taux de réponse cible

$\geq 65\%$

Marge d'erreur

$\pm 1,3\%$

INDICATEURS DE PERFORMANCE

Modules thématiques



1. Profil consommateur

Caractéristiques socio-démographiques, habitudes



2. Notoriété et image de marque

Perception, associations, positionnement



3. Habitudes de consommation

Fréquence, occasions, lieux d'achat



4. Satisfaction produits

Goût, qualité, packaging, disponibilité, prix



5. Satisfaction services

Distribution, SAV, communication



6. Recommandation et fidélité

NPS, intention de rachat, attachement

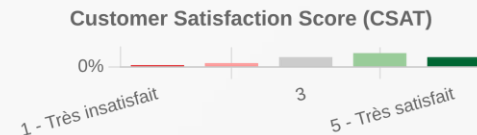
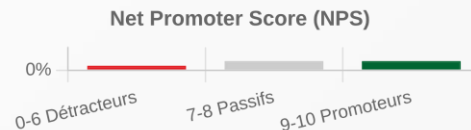


7. Données socio-démographiques

KPIs par segment

Segment	Indicateurs clés	
Consommateurs finaux (4 200 répondants)	<ul style="list-style-type: none"> Indice de Satisfaction Globale (1-10) Taux de rachat (3 mois) Satisfaction attributs produits (1-5) 	<ul style="list-style-type: none"> NPS par gamme de produits Share of wallet vs concurrence Satisfaction points de contact
Détaillants (1 200 répondants)	<ul style="list-style-type: none"> Satisfaction partenariat (1-10) Taux de rupture stock Satisfaction support commercial 	<ul style="list-style-type: none"> Performance logistique (%) Rentabilité par m² linéaire Indice de recommandation B2B
Grossistes (600 répondants)	<ul style="list-style-type: none"> Performance supply chain (%) Taux de service client Satisfaction outils de gestion 	<ul style="list-style-type: none"> Satisfaction conditions commerciales Part de business SOBRAGA Indice de partenariat stratégique

Échelles de mesure



LIVRABLES & OUTILS DIGITAUX

Une approche complète combinant **rapports détaillés** et **outils digitaux innovants** pour une exploitation optimale des résultats.

Package Complet



Rapport d'Analyse Complet

Document détaillé présentant la méthodologie, les résultats et les recommandations stratégiques.



Données Brutes

Base de données complète au format Excel permettant des analyses complémentaires par vos équipes.



Tableaux de Bord

Dashboard interactif avec KPIs principaux, segmentation clientèle et cartes géographiques de satisfaction.



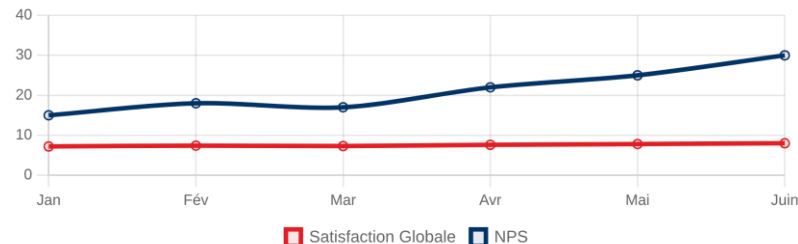
Outils de Suivi

Questionnaire en temps réel continu et guide d'utilisation des résultats pour

Outils Digitaux Innovants

Dashboard Interactif

Évolution des indicateurs clés



Fonctionnalités clés



Filtres dynamiques



Cartographie interactive

PLANNING & ÉQUIPE

Chronogramme Détaillé

Phases S1S2S3S4S5S6S7S8S9S10S11

Phase préparatoire

Collecte terrain

Analyse & synthèse

Jalons clés



LancementRestitution

PHASE 1: PRÉPARATOIRE ET CONCEPTUELLE

- Finalisation questionnaire
- Traduction et validation
- Recrutement et formation équipes

PHASE 2: ÉTUDE DE LA DEMANDE ET SEGMENTATION CLIENT

- Pré-test (200 interviews)
- Collecte terrain
- Saisie et contrôle données

Équipe & Évaluation

Équipe d'enquêteurs optimisée



1 Chef de projet terrain

Coordination globale et reporting



9 Superviseurs régionaux

1 par zone avec déplacements prévus



32 Enquêteurs expérimentés

4 par zone, formation obligatoire (1,5 jour)

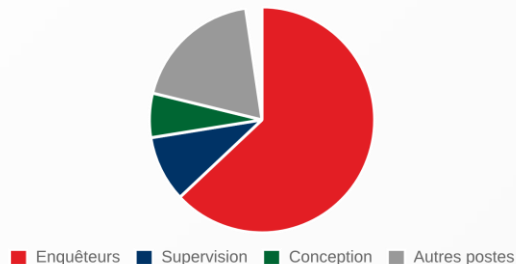
Contrôle qualité

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

INVESTMENT & ROI

Répartition Budgétaire

Répartition du budget total (15 500 000 XAF)



Principaux postes de dépenses	Montant (XAF)
Prestation Enquêteurs (6000 pers.)	10 000 000
Supervision & Déplacements	1 500 000
Conception & Méthodologie	1 000 000
Matériel & Logistique	1 500 000
Analyse, Rapport & Restitution	1 500 000
TOTAL GÉNÉRAL	15 500 000

Modalités de Paiement



Premier versement

30% - 4 650 000 XAF
À la signature



Second versement

40% - 6 200 000 XAF
Fin de collecte



Solde final

30% - 4 650 000 XAF à la remise finale des livrables

Propriété intellectuelle

Les méthodologies et recommandations fournies par MEDIA INTELLIGENCE sont protégées par le droit d'auteur :

Utilisation par des tiers interdite sans accord écrit
Non-réutilisation des idées en cas de rupture de collaboration

Valeur ajoutée



Expertise sectorielle



Méthodologie éprouvée



Outils digitaux innovants



Accompagnement post-étude

CONTACT & PROCHAINES ÉTAPES

Nos Coordonnées



Adresses

Yaoundé – Elig-essono, Immeuble SCB, face entrée gare voyageur
Douala – Face Hôtel le NDE



Email

info@mediaintelligence.fr



Téléphone

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



Site Internet

www.mediaintelligence.fr

**Planifier une
réunion**

Prochaines Étapes

1

Validation de la proposition

Examen et approbation de l'offre technique et financière par SOBRAGA.

2

Réunion de cadrage

Organisation d'une réunion de lancement pour affiner les objectifs et la méthodologie.

3

Signature du contrat

Formalisation de notre collaboration et versement de l'acompte initial.

4

Démarrage du projet

Lancement des travaux selon le planning établi (semaine 1).

Notre engagement