**PROPOSITION COMPLEMENTAIRE**

**TEAM ALIGNEMENT (cohésion d’équipe)**

**Phase 1 :**

2,5 jours\* : Diagnostic

Audit compris dans la lettre de mission initiale

*(\*prix jour : 1560 € au lieu de 2000€)*

**Phase 2 :**

2 jours : Animation journée du 7 avril + préparation

Préconisation générale

**Phase 3 :**

Mise en œuvre : Accompagnement de 6 à 12 mois

1 à 2 jours / mois (hors frais de déplacement),ou 2 à 4 heures de coaching par semaine,

(195 €/h au lieu de 230€, soit 1560 € pour 8 h par mois)

Forfait comprenant accompagnement auprès du PDG et cadres/agents de maîtrise de la société prenant la forme d’assistance téléphonique, présence à des réunions hebdomadaires et préparation de celles-ci, suivi des actions et réalisations opérationnelles.

**Phase 4 :**

1 jour : Réunion session complémentaire pour compte rendu du plan d’actions mené 4 à 6 mois après la phase 2.

**soit pour les phases 2 et 4 = 4 680 € + forfait accompagnement en fonction des besoins, version basse = 1560 € par mois** (Frais de location de salle, de nourriture et d’incentive).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Etude marketing focus groupe grand public**

**2 journées (1 jour de préparation et de restitution et 1 jour d’animation)**

**Soit un total de 3120 € (-350€ pour la 2sde réunion)**

**Objectifs :**

* ADN des marques,
* Séances créativité pour préparation scénario de vente téléphonique future,
* **connaître la structure du marché des utilisateurs  des produits Eona et concurrents**
	+ quel taux de pénétration des marques (Eona et concurrents)
	+ quelle hiérarchie des marques utilisées : qui est le premier….
	+ Comment ils utilisent les produits (matrice des pathologies/produits)
	+ Comment et pourquoi ils sont venus à ce produit ? (bouche à oreille ? prescription du médecin ? du kiné ? d’ami(e)s ? publicité ? échantillon d’essai ? hasard ? autre ?
	+ A quoi reconnaît-on qu’un produit est bon ?...
* **Constitution du groupe :**
* 20 à 30 consommateurs non utilisateurs des produits EONA pris dans le fichier.
* 1 journée d’animation,
* 1 journée d’exploitation, de synthèse, présentation des résultats.

**Expérience marketing sur ce sujet :** 10 ans en agences de communication sur les mises en œuvre des stratégies des clients chez Young & Rubicam et TBWA  et 10 comme consultant marketing études

(au sein du groupe d’études IPSOS ) de presse quotidienne, magazine et sites internet, où j’ai développé beaucoup de focus groupes.