

Les sondages marketing sont-ils réellement fiables ?

*90 % des votants répondent de manière aléatoire, voire totalement fausse, aux études et sondages**

Paris, le 16 octobre 2017 - Confrontés au coût élevé d'acquisition online de votants, les sondeurs ont mis en place différentes méthodes - recours à des panels rémunérés, techniques intrusives, votes forcés, etc., sources de nombreux biais. Afin de s'approcher de résultats exploitables, ils doivent donc effectuer des redressements, une pratique largement dénoncée par les professionnels du marketing.

Parce que les décideurs ont besoin d'objectiver leurs décisions *business* par des informations fiables, certifiées et directement exploitables, Keedn lance aujourd'hui sa solution innovante de mesure d'opinion, véritable alternative aux solutions d'études proposées par les instituts traditionnels.

Keedn, ou la quête de la *smart data*

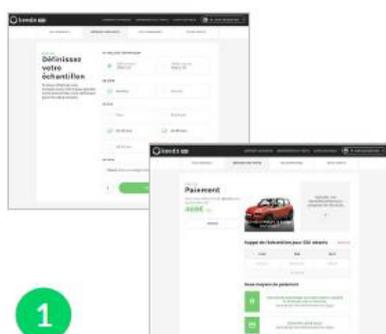
Grâce à son format d'image directe et à sa puissance statistique, Keedn permet aux professionnels de tester facilement, auprès de leur cible, l'image d'une marque, un nouveau produit, un design, une tendance, ou encore d'arbitrer entre deux idées. La force de Keedn réside dans sa capacité à garantir le profil des répondants : ceux-ci sont recrutés *ad hoc* pour chaque étude, sans recourir à des panels de votants rémunérés. Ces votants sont interrogés dans un contexte hautement qualitatif qui ne ressemble pas à un sondage : la précision et la sincérité des résultats obtenus permet de valider une décision business en toute sécurité.

« Pour nos clients, l'opinion de leur marché est d'une importance cruciale. Mais pour obtenir de leur cible des réponses sincères, il est primordial de l'interroger « en douceur ». C'est pour cela que nous avons développé une méthode de mesure d'opinion non intrusive, à mi-chemin entre rigueur statistique et brand content. Nous insérons les sondages marketing de nos clients au sein de questionnaires thématiques qualitatifs, mêlant finement des questions buzz, actualité, ou encore lifestyle. Placés dans ce contexte favorable, les répondants s'expriment volontairement et en toute liberté, ce qui nous permet d'obtenir des résultats à la fiabilité inédite », explique Denis Pilato, co-fondateur de Keedn.

Une solution de mesure d'opinion adaptée aux différents besoins des professionnels

Chefs de produit, responsables marketing, directeurs d'études, starts-ups, PME... Keedn propose à l'ensemble des professionnels une prestation de mesure d'opinion clé-en-mains, adaptée à leurs attentes :

- Une offre « autonome » : des sondages flash en mode « *on demand* », à partir de 450 € HT



En quelques clics, le professionnel crée son sondage : il pose sa question, paramètre son échantillon personnalisé et le nombre de votants.



Le sondage est automatiquement intégré dans le flux des questionnaires qualitatifs KEEDN, et présenté aux cibles définies par l'annonceur.

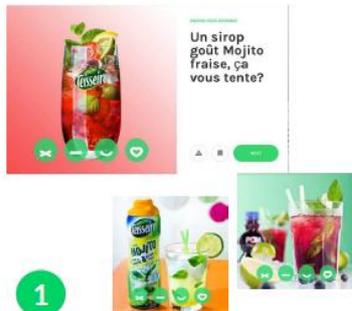


Dès que l'échantillon est complété, l'algorithme statistique KEEDN traite les données et fait émerger des résultats fiables et détaillés en 24 heures, dans le cadre d'un rapport complet.

* Estimation Keedn, réalisée à partir de l'analyse des retours terrain (déclaratif clients et prospects) et pratiques d'étude online.

- **Une offre « sur-mesure » : une étude ciblée à partir de 2 000 € HT**

Pour des problématiques plus complexes ou des cibles très précises, Keedn gère l'étude clé-en-main pour l'annonceur. Celui-ci est en contact avec le Directeur d'études de Keedn à chacune des étapes, et reçoit un rapport d'analyse global en fin de process.



Keedn cadre le champ d'étude et définit les cibles ainsi que les sous-cibles. Le studio crée les visuels adaptés.



Keedn administre les sondages en gérant les multiples questions et les différentes cibles de l'étude.



Le directeur d'études Keedn analyse l'ensemble des résultats et rédige un rapport global détaillé ainsi qu'une recommandation marketing.

L'innovation au service de la fiabilité

Entièrement automatisée, la plateforme Keedn repose sur un algorithme propriétaire et des développements technologiques importants, qui lui permettent de gérer des dizaines de sondages en même temps, comportant des cibles et des deadlines différentes, mais toujours avec la même fiabilité. Cinquante questionnaires tournent en permanence, permettant de cibler les bonnes personnes au bon moment, et des tests débutent à l'international.

La fiabilité des résultats vient naturellement de la qualité des réponses des votants, mais aussi de la précision statistique. Grâce à son algorithme de résultat, les données brutes issues des questionnaires sont retraitées automatiquement et transformées en un rapport complet d'une vingtaine de pages. Ainsi, pour les études « *on demand* », aucune intervention manuelle n'est nécessaire. A l'inverse, dès lors qu'il s'agit d'études sur-mesure, un directeur d'études intervient, afin de compiler, d'analyser et d'interpréter les réponses de 8 à 10 questions différentes.

A propos de Keedn :

Fondé en mai 2016 par deux entrepreneurs experts du digital, Julien BELTRAN et Denis PILATO, Keedn propose aux professionnels (directeurs d'études, responsables marketing, chefs de produit, dirigeants de PME ou start-ups) une solution innovante de mesure d'opinion.

La fiabilité de leurs résultats et la dimension qualitative de leur approche des avis consommateurs ont déjà su convaincre des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, de Yooji (start-up *baby food*) à Citroën, en passant par Teisseire.

Pour plus de précisions : <https://keedn.com/>

Contact presse :

Laurence Delval

Email : laurence.delvalrp@gmail.com - Tél : 06 82 52 98 47