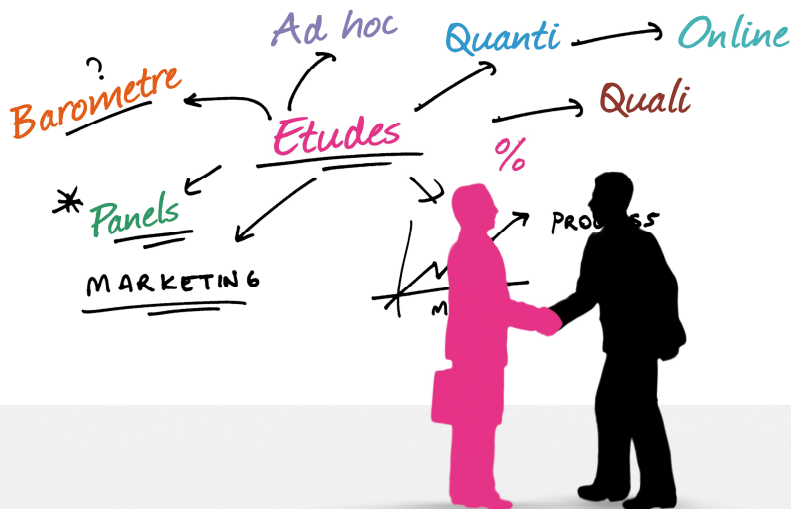


## Après sa formation « Trade-off », TNS Sofres Académie poursuit son 2<sup>e</sup> cycle « Niveaux Avancés », avec les « Analyses exploratoires »...

### Objectif de notre formation

#### Analyses factorielles, segmentations...

- \* Par une **bonne connaissance des outils** statistiques d'analyse disponibles, comment...
  - \* faire les bons choix, dès le brief
  - \* **lors de l'analyse**, exploiter au mieux les données, tirer l'essentiel de l'information, sous la forme la plus intelligible...
- \* **Très concrètement**, répondre à des questions du type :
  - \* Comment visualiser simplement mon marché ?
  - \* Comment se structurent les attentes de mes clients ? (ex. analyses factorielles)
  - \* Comment construire et caractériser une cible marketing opérationnelle et « riche de sens » ? (ex. segmentation)
  - \* Comment puis-je réutiliser une typologie ? (ex. analyse discriminante)



- \* **Fluidifier et optimiser vos rapports avec les instituts** : en ayant un référentiel et un vocabulaire communs, une bonne compréhension des outils disponibles, vous limiterez les allers-retours dans le choix et la construction des outils statistiques les plus adaptés pour vos études...
- \* **Mieux utiliser et mieux « vendre » les résultats de vos études en interne** : par la familiarisation avec ces techniques, vous serez mieux à même de vous en approprier les résultats, de mieux les communiquer (*les « boîtes noires » font toujours peur...*)...

### Les « plus » de notre formation

- \* L'alliance d'expertise statistique et de mise en pratique
- \* Mise en application sur cas concrets...

### Analyses exploratoires Le programme de votre journée de formation

- \* **Introduction aux analyses multivariées**
  - \* Pourquoi les tris marginaux et tris croisés ne suffisent pas ?
  - \* Pourquoi et dans quels cas peut-on aller plus loin ?
  - \* Les grands types d'analyses disponibles :
    - ✓ Principales caractéristiques
    - ✓ Utilisations privilégiées...
  - \* Le profiling
- \* **Les analyses factorielles**
  - \* Principe général
  - \* ACP, ACM, AFC... Que faut-il savoir ? Comment interpréter ?...
- \* **Les segmentations**
  - \* CAH, typologie canonique... De quoi s'agit-il ?...
  - \* Les « bonnes pratiques » et les pièges :
    - ✓ Concevoir un « bon » questionnaire
    - ✓ Construire un « bon » échantillon
    - ✓ Choisir les « bons » items actifs...
  - \* Les livrables : possibilités ? Exemples...
  - \* Reclasser des individus
- \* **Introduction à la modélisation**

## Nos partis pris

### “Des formations par des pros, pour des pros”

- \* **Des formations dispensées par nos experts “maison”**, qui vous apporteront l’incomparable capital d’expérience méthodologique, sectoriel et géographique du leader français des études marketing et d’opinion.
- \* **Des formations 100% non commerciales**, pour découvrir l’état de l’art, le socle de connaissances “académiques” indispensables, ainsi que les points critiques et les règles d’or de la pratique.

## Profil des participants

### Chez l’annonceur, en agence...

- \* Chargés d’études, chefs de produits, responsables marketing et communication, marque...
- \* Directeurs d’études, Marketing, Communication, Marque, Stratégie...

## Tarifs pour cette formation « Analyses exploratoires »

1 journée : 1 200 € HT

N° d’enregistrement de déclaration d’activité : 11 92 16858 92

(délivré par le Chef de Service Régional de Contrôle de la Formation Professionnelle)

### Les trois cycles de formations TNS Sofres Académie :

#### 1er cycle « Fondamentaux » :

- « **Techniques d’études** »
- « **Enjeux Marketing & Communication - Quelles approches méthodologiques de référence ?** »

2e cycle “Niveaux avancés” : Trade-off, Analyses exploratoires...

3e cycle “Training”

## A propos de TNS Sofres Académie

TNS Sofres Académie est une initiative du Planning Stratégique.

- \* Né de l’écoute de nos clients, ce centre de formation s’inscrit dans la continuité de la démarche engagée pour former et perfectionner les équipes de TNS Sofres.
- \* Pour nos clients comme pour nos collaborateurs, ces formations ont pour objectif de transmettre et de partager une expertise combinant savoir, savoir-faire et expérience.

## Contact Formations :

Frédéric Chassagne  
Directeur Conseil  
Planning Stratégique  
Tél : 01 40 92 45 37  
academie.formations@tns-sofres.com

## Votre expert pour cette formation « Analyses exploratoires »



**Andrew MAHO**  
Responsable Pôle  
Conseil Statistique  
Direction scientifique de  
TNS Sofres

Au sein de la Direction Scientifique de TNS Sofres, Andrew accompagne les équipes « études » et les clients de TNS Sofres, dans le choix des analyses statistiques, leur mise en œuvre et l’interprétation des résultats. Il se consacre également au développement de nouvelles méthodologies.

**Formation :** ENSAI (*Ecole Nationale de la Statistique et de l’Analyse de l’Information*), titulaire d’un Mastère Spécialisé en marketing de l’ESCP-EAP (*Ecole Supérieure de Commerce de Paris*).

### Expertises :

- \* Datamining
- \* Analyses factorielles et techniques de classification
- \* LISREL et approche PLS
- \* Analyse conjointe
- \* Analyse textuelle, analyse sensorielle

### Enseignement :

- \* ENSAI
- \* TNS Sofres Académie, pour les collaborateurs TNS Sofres