



REPMUT

Outil de diagnostic en marketing

Description de la technologie

Cet outil permet un diagnostic rapide et automatique de relations intergroupes ou inter-catégorielles. Il permet notamment d'améliorer l'image d'une structure grâce au diagnostic de relation entre clients/usagers/utilisateurs pour évaluer le sentiment d'appartenance et les représentations sociales associées à une marque ou une entreprise.

Avantages concurrentiels

Collecte d'informations avec analyse psychosociologique
Traitement des données quantitatives et qualitatives
Systématisation de la démarche avec réduction importante des coûts

Savoir-faire

La sous équipe RepMut du laboratoire SPMS est spécialisée dans l'étude des relations intergroupes. A partir de scènes sociales identifiées donnant à chacun des rôles prédéfinis (rapports statutaires par exemple), il s'agit d'approfondir la compréhension des comportements en référence aux identités mobilisées par les acteurs (individuelles, catégorielles, culturelles) et à leur dynamique. Le milieu du travail est privilégié à travers les questions de l'âge, du handicap, du genre, de l'origine ethnique..., son ancrage concernant des opérateurs qui interviennent tant en milieu ouvert (travailleurs sociaux, éducateurs sportifs, « mobile workers »...) que sur le site des entreprises. Les investigations peuvent être de l'ordre du diagnostic mais aussi d'interventions adaptées, la pratique sportive constituant un moyen privilégié.

Applications

- étude de notoriété / étude d'image
- Communication / marketing applicable aux secteurs en défaut d'image
- Entreprises à produits de grande consommation
- Tous domaines confondus

Marchés ciblés

Tout type d'organisation publique/privée

- TPE
- PME/PMI
- Grands groupes



Votre Contact :

Aurélié COQBLIN

Chargée de valorisation du domaine Sciences Humaines et Sociales

Tél : 03 80 40 34 89 / 06 66 56 11 23

Mél : aurelie.coqblin@sattge.fr

Pour en savoir plus : <http://www.repmut.com>