

La plus-value d'une firme professionnelle en recherche

Pourquoi une firme professionnelle?

Un intermédiaire neutre, détenant l'expertise requise afin d'assurer la représentativité des résultats...

... et une analyse approfondie de ceux-ci.

Faire affaire avec une firme professionnelle, c'est :

D'abord, **éviter le biais de « désirabilité sociale »** qui serait occasionné par l'envoi d'un sondage directement entre partenaires d'affaires (les clients voulant éviter de déplaire à leur partenaire, les réponses obtenues sont souvent plus positives que les perceptions réelles lorsque le sondage est mené directement par l'entreprise);

Ensuite, profiter de l'expertise pour la rédaction de questionnaire :

- s'assurer que la formulation des questions est neutre et isole bien les variables souhaitées;
- tirer le maximum d'information d'une question en fonction des analyses statistiques à prévoir, etc.

Au moment de la collecte, cela implique de :

- s'assurer que toutes les stratégies sont mises en œuvre pour obtenir le meilleur taux de réponse possible;
- gérer la représentativité de l'échantillon, de façon à avoir un taux de réponse suffisant dans chaque sous-groupe ciblé;

Pour les traitements statistiques et l'analyse, nous pourrions, si applicable :

- pondérer les résultats en fonction des données réelles de la population (par exemple selon le type de client, etc.) pour assurer la meilleure représentativité;
- mener des traitements statistiques complexes ou multivariés (corrélation, régression, etc.)
- mettre en lumière certaines données ou croisements intéressants, qui auraient pu passer inaperçus sans l'aide de professionnels;
- obtenir une lecture juste et objective des données (un œil extérieur);
- faire « parler » les chiffres en les remettant en contexte et en dégagant les recommandations stratégiques qui s'imposent;
- vous fournir un livrable (rapport d'analyse) complet et d'une qualité visuelle supérieure;
- présenter les résultats à l'équipe de direction ou autre, de façon à ce que toutes les personnes concernées aient la même lecture de la situation.

Bref, sachant que les résultats pourront éventuellement devenir des arguments de lobbying, de vente, ou encore les bases d'une stratégie de positionnement ou de communication, **il s'agit d'établir la crédibilité de l'ensemble de la démarche et des résultats qui en sortiront.**

Pourquoi Léger?

**La plus importante
firme sondages et de
recherche marketing à
propriété canadienne.**

Depuis maintenant 30 ans, Léger sonde les populations sur tous les sujets et est devenue la plus importante firme de sondages et de recherche marketing à propriété canadienne. Sa notoriété et sa crédibilité font d'elle la firme de recherche la plus reconnue au Québec et la deuxième au Canada. Cette notoriété favorise un taux de réponse élevé et facilite la pénétration à l'intérieur des foyers québécois et canadiens.

Au cours des deux dernières années seulement, Léger a réalisé près de 2 000 projets de sondages par voie téléphonique et par Internet et a organisé près de 400 groupes de discussion, en français et en anglais. Notre expertise couvre tous les secteurs d'activités en recherche marketing (commerce de détail, services financiers et assurances, produits de consommation, tourisme, pharmaceutique, information et technologie, télécommunications et transports) et en sondages (sondages d'opinion publique, affaires sociales et publiques, publicités et recherche média, communications et médias, recherches sociologiques, expertise légale, loteries et jeux).

Léger réalise, en moyenne annuellement au Québec seulement :

- 1 000 projets de sondages (quantitatifs et qualitatifs) pour les ministères et organismes gouvernementaux, les organismes publics et parapublics, les entreprises privées de tous les secteurs d'activités et les médias;
- 50 sondages Omnibus par Internet pan Québec (1 par semaine x 1 000 répondants);
- 50 sondages Omnibus par Internet pan Canada (1 par semaine x 1 500 répondants);
- Plus de 70% des mandats sont réalisés par Internet;
- Plus de 300 000 entrevues téléphoniques;
- Plus de 200 groupes de discussion;
- Plus de 60 conférences par année sur différents sujets d'actualité à travers le Canada.

Sachez qu'en 2016, notre firme s'est qualifiée dans les cinq catégories du grand appel d'offres du gouvernement fédéral (sondage quantitatif, sondage qualitatif, terrain Web, terrain téléphone, recherche combinée) pour les trois prochaines années. Nous sommes seulement deux firmes (dont Léger) à avoir obtenu une note parfaite de 5 sur 5 sur un total de 20 firmes qui avaient déposé une candidature admissible, et ce, sans compter toutes celles qui n'ont pas réussi à se qualifier.

Sachez également que notre firme fait partie des fournisseurs du gouvernement du Québec pour la réalisation de mandats en recherche et en évaluation liés à des campagnes et des activités de communication pour divers organismes publics.

Léger, c'est 30 ans d'expertise

LÉGER est la plus grande firme de recherche marketing et sondage à propriété canadienne offrant aussi la plus large gamme de services technologiques au pays.



30 ans en affaires



400+
employés



1200

projets de recherche par année



70+

consultants en recherche marketing



12 salles de groupe et 80 stations téléphoniques



400K
plus grand panel au Canada



6 bureaux au Canada et aux États-Unis



\$35M
revenu annuel



75
pays partenaires dans le réseau WIN



Léger est **la plus grande firme** de sondages, de recherche marketing et de conseils stratégiques **à propriété canadienne**

600 employés

75 conseillers

Présente dans plus de **100 pays** à travers son réseau international WIN (*Worldwide Independent Network*)

Notre firme se distingue par **l'intelligence marketing** et les **conseils stratégiques** sur mesure que nous pouvons vous offrir

Canada: Montréal, Québec, Toronto, Edmonton, Calgary / **États-Unis:** Philadelphie