



dgcis

direction générale de la compétitivité
de l'industrie et des services

Enquête quantitative sur la pratique marketing & les performances des PME

- ❑ **De petites entreprises avant tout familiales**
 - Un CA moyen de 510 000 €.
 - Le nombre moyen de clients est de l'ordre de 250.
 - Exerçant principalement leurs activités au niveau local (79% des cas), 50% des PME estiment que leur clientèle est nationale, 20% travaillent au niveau européen et 10% à l'échelle mondiale.
- ❑ **Une culture et une pratique marketing encore faibles**
 - Dirigées dans 2/3 des cas par des titulaires du BAC ou moins.
 - Seules 21% des entreprises interrogées déclarent qu'au sein de leur structure au moins une personne exerce une activité liée au marketing (72% parmi les entreprises de 50 salariés ou plus).
 - Fonctionnant souvent à l'instinct dans un contexte d'urgence, les dirigeants interrogés semblent encore peu persuadés des apports potentiels du marketing : ce dernier étant en outre jugé peu abordable par plus de la moitié des entreprises concernées par le marketing.
 - Le recours à la communication, à la publicité, à l'optimisation de la force de vente, à la connaissance client et sa fidélisation sont relativement limités tout comme, la mesure de la performance des actions marketing menées.
- ❑ **Majoritairement convaincues d'exercer leurs activités sur un marché fortement concurrentiel, les PME cherchent avant tout à défendre leurs positions, si possible grâce à une offre produit de qualité**

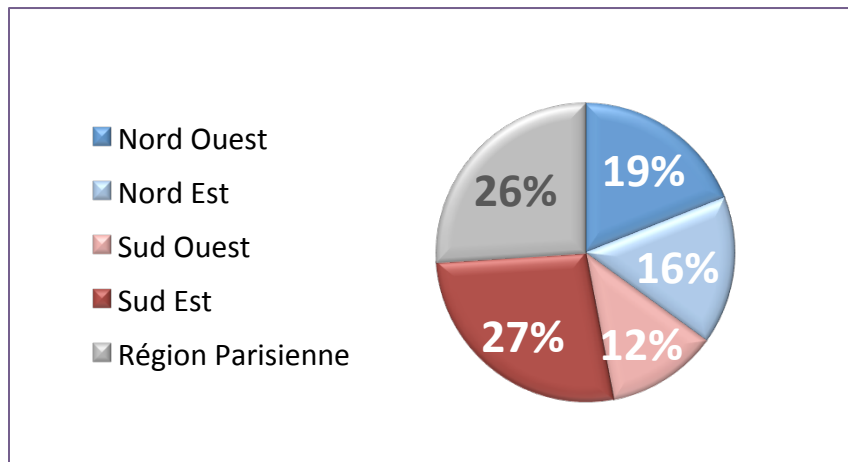


Des entreprises de petites tailles, provinciales, liées à l'imprimerie, l'habillement et au meuble

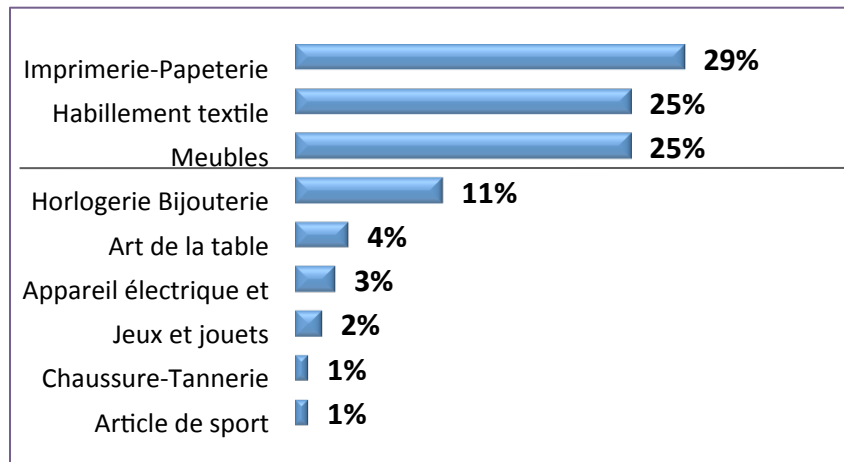
L'Entreprise

Base Ensemble (400 interviews)

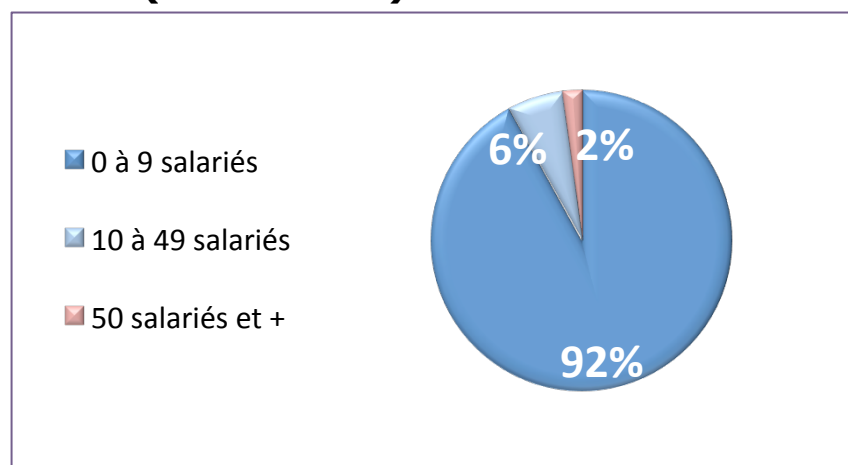
Localisation : IDF 26% -Province 74%



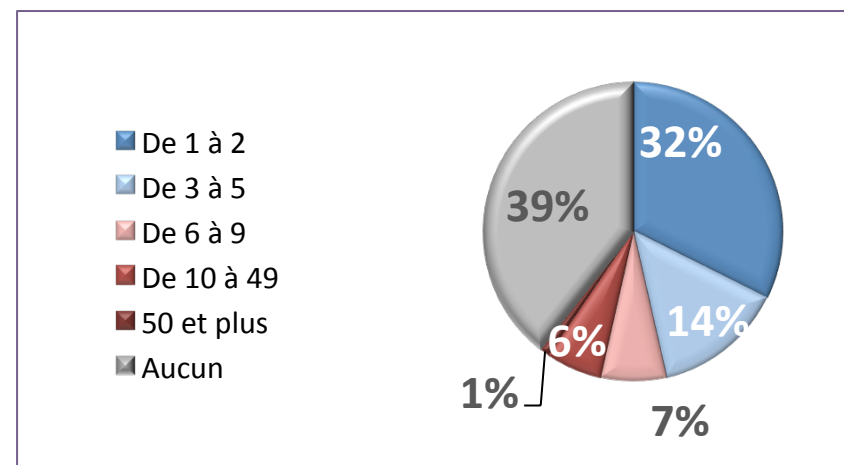
Secteur d'activité



Taille (info fichier) : 92% de 0 à 9 sal.



Taille en déclaratif : 92% de 0 à 9 salariés.





Créées majoritairement avant 2000, avant tout familiales, elles réalisent un CA moyen de 511 000 €

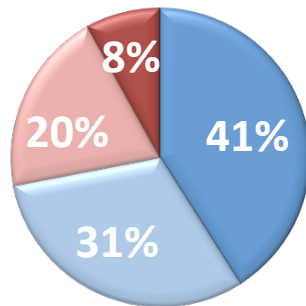
L'Entreprise

Base Ensemble (400 interviews)

Chiffre d'affaire moyen

Moyenne : 511 000 €
Médiane : 110 000 €

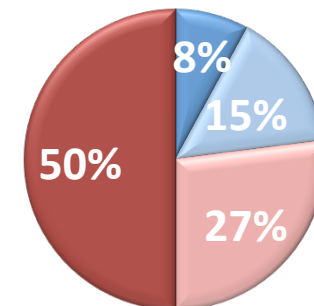
- De 0 à 99999
- De 100000 à 149999
- De 150000 à 999999
- Plus de 1000000



Année de création

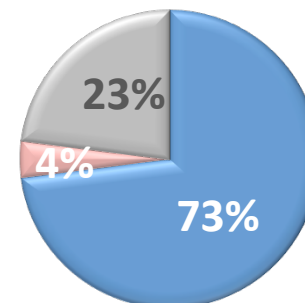
Moyenne : 1996
Médiane : 2000

- Moins de 1979
- De 1980 à 1989
- De 1990 à 1999
- Plus de 2000



Type d'entreprise

- Détendue et dirigée par un ou des membres(s) d'une même famille
- Détendue par un ou des membre(s) d'une même famille, sans qu'il(s) la dirige(nt)
- Ni l'un, ni l'autre



Des dirigeants âgés en moyenne de 47 ans et peu diplômés

Le dirigeant

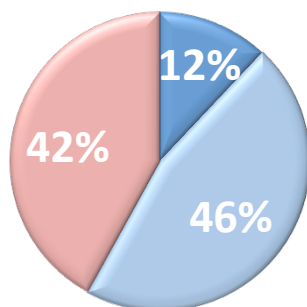
Base Ensemble (400 interviews)

Âge moyen

Q1c Quel est votre âge ?

Moyenne : 47 ans

- Moins de 34 ans
- De 35 à 49 ans
- 50 ans et +



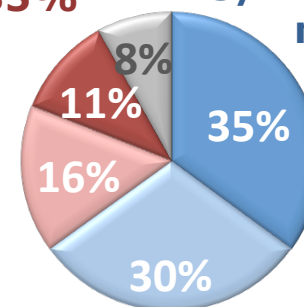
Diplôme

Q2 Quel est le plus haut niveau de diplôme que vous possédez ?

S/T > BAC : 35%

S/T BAC ou moins : 65%

- Diplôme < BAC
- Diplôme = BAC
- Diplôme = BAC+2
- Diplôme = BAC+3 ou 4
- Diplôme > BAC+4



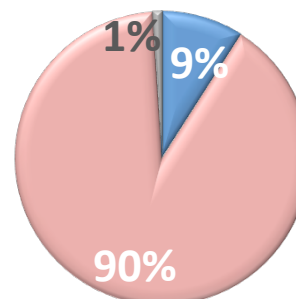
Formation marketing

Q3 Etes-vous diplômé d'une formation en management marketing et commercial ?

Non 90%

Oui 9%

- Oui
- Non
- NSP





Des moyens marketing restreints, tant en interne que par externalisation

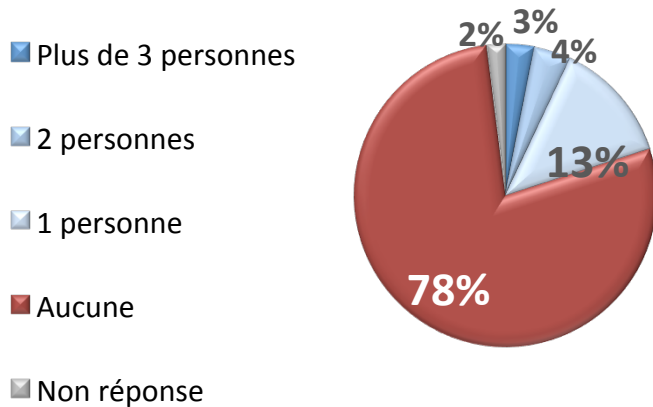
Moyens affectés au marketing

Base Ensemble (400 interviews)

Effectifs marketing internes

Q10 Et parmi ces salariés ou dirigeants non salariés, combien de personnes que ce soit des dirigeants, des salariés ou des stagiaires exercent une activité liée au marketing au sein de votre entreprise que ce soit à temps plein ou à temps partiel ?

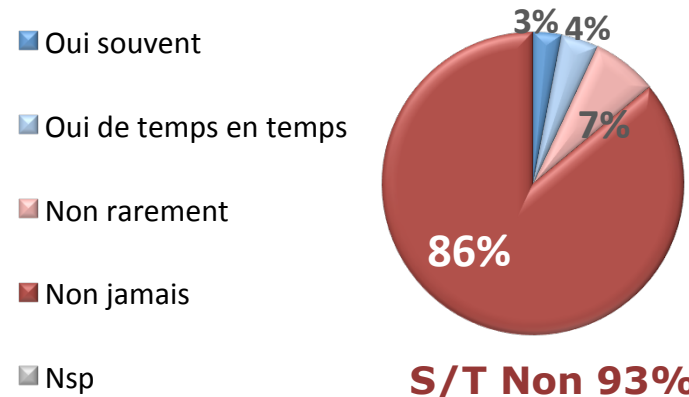
S/T Au moins 1 pers. 21%



Externalisation

Q10ter Au sein de votre entreprise, faites-vous appel à des compétences marketing externes (Consultants, Agences ou travailleur intérimaire) ? Diriez-vous

S/T Oui 7%





La moitié des PME disposent de moins de 50 clients, 12% en sont fortement dépendants

Caractéristiques des marchés

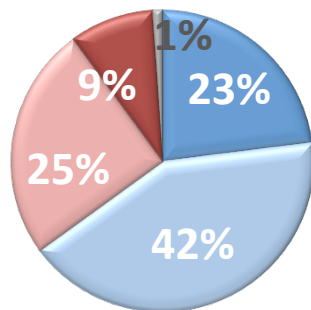
Base Ensemble (400 interviews)

Clients actifs

Q14 A ce jour, combien de CLIENTS ACTIFS, a votre entreprise ? Diriez-vous...

Moyenne : 255 clients
Médiane : 50 clients

- De 1 à 19 clients
- De 20 à 99 clients
- De 100 à 499 clients
- Plus de 500 clients
- Non réponse

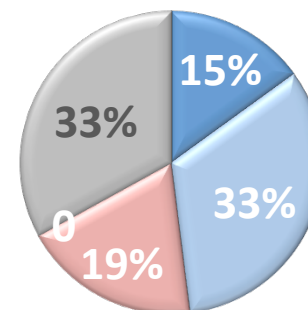


Clients représentant 80% du CA

Q15 Avec combien de clients votre entreprise réalise 80% de son Chiffre d'Affaire ?

Moyenne : 130 clients
Médiane : 15 clients

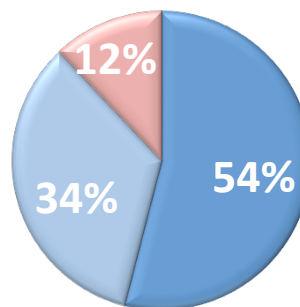
- Moins de 10
- De 10 à 40
- Plus de 40
- Non réponse



Degré de dépendance

Rapport Q15 / 14 => Degré de dépendance

- Dépendance faible (>50%)
- Dépendance moyenne (de 20 à 50%)
- Dépendance élevée (<20%)





Des PME qui s'adressent avant tout à un marché local, 10% seulement exportant hors Europe

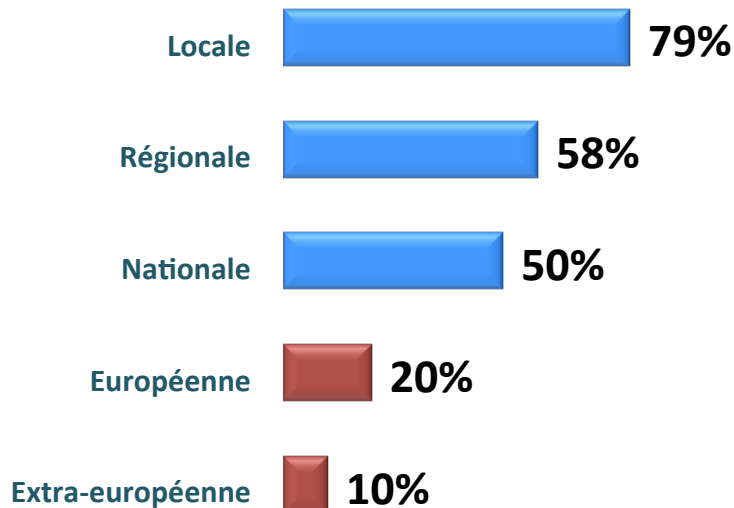
Caractéristiques des marchés

Base Ensemble (400 interviews)

Q7 Vous entreprise a-t-elle une clientèle...

Q8 Quelle est la part de votre chiffre d'affaire réalisée à l'export ?

Q7. Amplitude des marchés couverts



0 à 9 salariés (b. 67)	10 à 49 salariés (b. 203)	50 à 249 salariés (b. 30)
80% ⊕	64%	35%
58%	64%	41%
48% ⊖	77% ⊕	73%
19%	31%	44%
9%	18%	38%

Q8. Part des exportations dans le CA

Part moyenne, des exportations dans le CA **4,1%**

3,7	7,1	15,7 ⊕
-----	-----	--------



Des marchés plutôt instables, en particulier en matière de concurrence

Caractéristiques des marchés

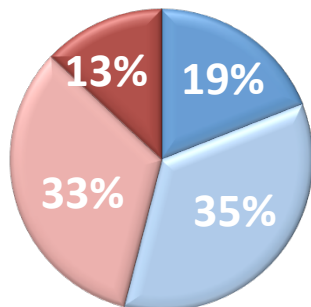
Base Ensemble (400 interviews)

Dynamisme

Q23 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que sur votre marché les besoins des clients et l'offre des concurrents changent en permanence ?

S/T Non 46% S/T Oui 54%

- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non pas tellement
- Non pas du tout

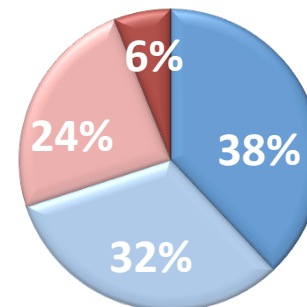


Intensité concurrentielle

Q23 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que la concurrence dans votre secteur est forte ?

S/T Non 30% S/T Oui 70%

- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non pas tellement
- Non pas du tout



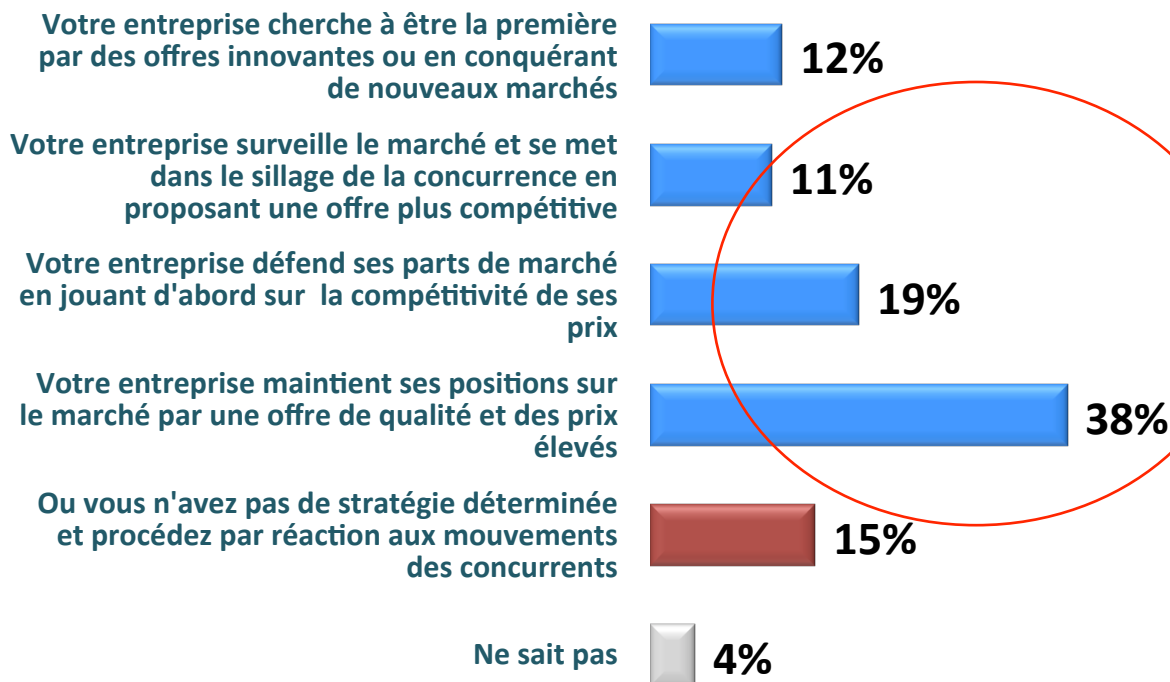
2/3 des PME pratiquant le marketing adoptent une posture défensive, principalement par la qualité

Politique marketing

Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Q20 Aujourd'hui, parmi les CINQ STRATEGIES d'entreprise que je vais vous citer, dites-moi quelle est celle qui correspond à celle de votre entreprise ?

Orientation



	0 à 9 salariés (b. 67)	10 à 49 salariés (b. 203)	50 à 249 salariés (b. 30)
Votre entreprise cherche à être la première par des offres innovantes ou en conquérant de nouveaux marchés	11%	18%	30%
Votre entreprise surveille le marché et se met dans le sillage de la concurrence en proposant une offre plus compétitive	11%	15%	3%
Votre entreprise défend ses parts de marché en jouant d'abord sur la compétitivité de ses prix	18%	20%	36%
Votre entreprise maintient ses positions sur le marché par une offre de qualité et des prix élevés	39%	37%	28%
Ou vous n'avez pas de stratégie déterminée et procédez par réaction aux mouvements des concurrents	17%	7%	0%
Ne sait pas	4%	4%	3%

3/4 des PME pratiquant le marketing déclarent mettre en œuvre la différenciation et la segmentation

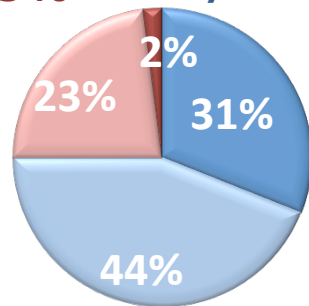
Stratégie marketing

Différenciation concurrentielle

Q28 L'offre de produits et de services proposée par votre entreprise est clairement différenciée de celle proposée par vos concurrents

S/T Non 25% S/T Oui 75%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas lelement
- Non, pas du tout
- Nsp



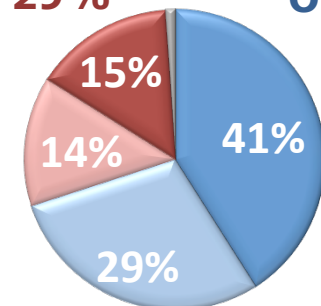
Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Segmentation

Q18 Au sein de votre entreprise, diriez-vous que vous déterminez différentes catégories de clientèle potentielle en fonction de leurs besoins ou de leurs profils ?

Non 29% 1% Oui 70%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas lelement
- Non, pas du tout
- Nsp

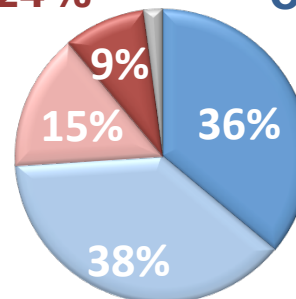


Ciblage

Q19 Diriez-vous que votre entreprise sélectionne et cible les catégories de clients identifiées ou potentielles les plus pertinentes ?

Non 24% 2% Oui 74%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas lelement
- Non, pas du tout
- Nsp



Une veille généraliste en ligne avec la posture défensive, et une bonne image déclarée

Environnement marketing

Veille de l'environnement, de la concurrence et des besoins des clients

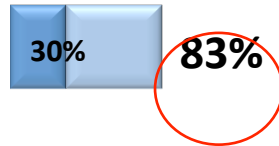
Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Image et réputation de l'entreprise

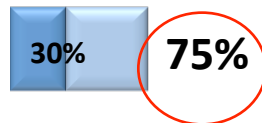
Base Ensemble (400 interviews)

Q22 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que ...

Suit régulièrement l'évolution de son environnement extérieur : secteur, marché, tendance, consommation



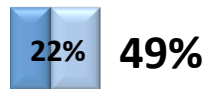
S'efforce de déceler des besoins non exprimés de sa clientèle ?



Réalise des études ou enquêtes sur les besoins de sa clientèle



Analyse dans le détail ses concurrents, leurs points forts, leurs offres et leurs performances



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt **ST OUI**

Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que ...

Votre entreprise bénéficie d'une bonne image auprès de sa clientèle potentielle et en portefeuille



Votre entreprise bénéficie d'une bonne réputation auprès de ses partenaires ou de ses prestataires



■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt **ST OUI**

Des PME pratiquant le marketing convaincues de la nécessaire qualité de l'offre à proposer

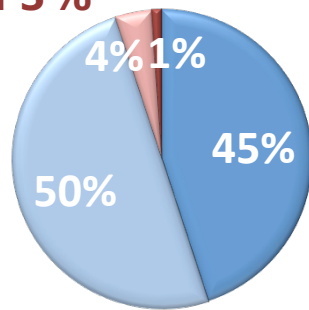
Cycle marketing produit

Conception de l'offre

Q28 Le développement de vos nouveaux produits et services répond aux attentes des clients ?

S/T Non 5% S/T Oui 95%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas tellement
- Non, pas du tout
- Nsp



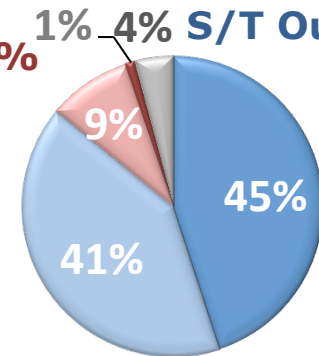
Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Évolution de l'offre

Q28 Votre entreprise maintient ou fait évoluer ses produits ou services pour qu'ils demeurent adaptés aux exigences du marché ?

S/T Non 10% S/T Oui 86%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas tellement
- Non, pas du tout
- Nsp

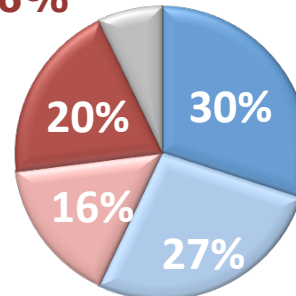


Valeur des brevets et licences

Q29 Et diriez-vous que vos brevets, licences, marques et autres propriétés intellectuelles contribuent de façon importante à la valeur de votre entreprise ?

S/T Non 36% S/T Oui 57%

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, pas tellement
- Non, pas du tout
- Nsp



Une gestion perfectible du mix marketing, illustrée par une fixation des prix souvent prosaïque

Mix marketing

Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Fixation des prix

Gestion de la distribution

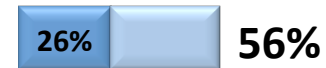
Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que ...

Q27 Concernant le réseau commercial de votre entreprise, diriez-vous que ...

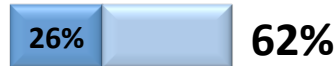
Les prix de vos produits ou services sont déterminés après une analyse



Vous sélectionnez et animez les distributeurs les mieux adaptés à votre



Les prix de vos produits ou services sont déterminés en fonction de leurs

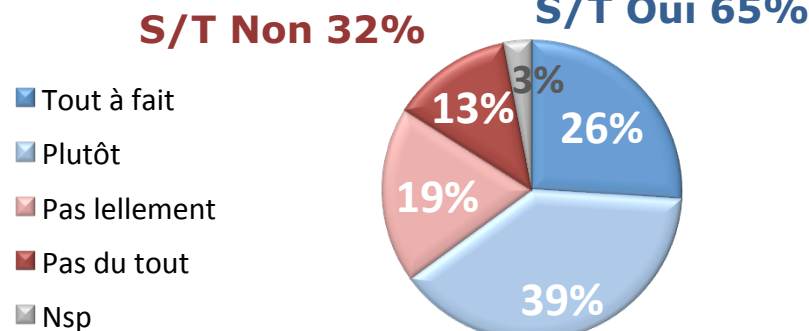


Vous fournissez à votre réseau commercial ou force de vente des



Communication produit et bénéfices clients

Q26 Au-delà des caractéristiques techniques des produits, la communication de votre entreprise exprime aussi les bénéfices apportés aux clients ?

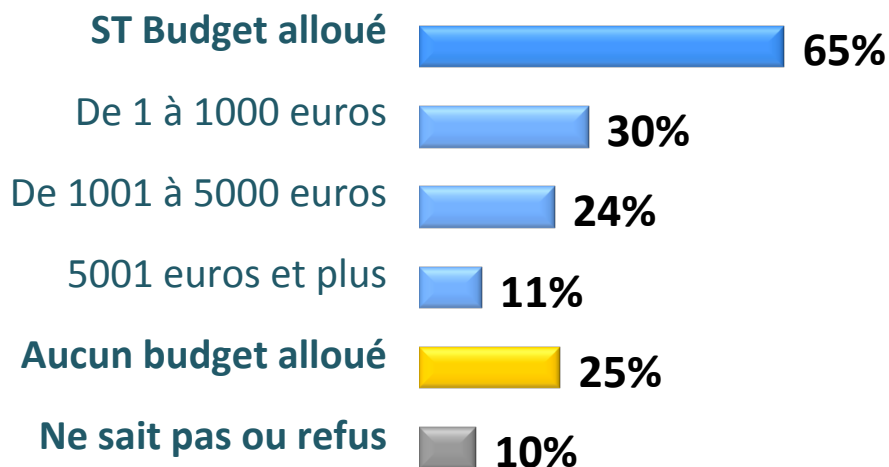


1/4 des PME n'affectent aucun budget de communication, 1/5 y consacrent plus de 1% de leur CA

Budget alloué à la communication, publicité & promotion en 2012

Base Ensemble (400 interviews)

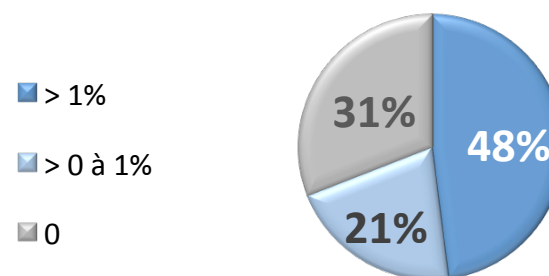
Budget Communication, publicité, promotion



0 à 9 salariés (b. 150)	10 à 49 salariés (b. 217)	50 à 249 salariés (b. 33)
64%	73% ⊕	78%
31% ⊕	10%	9%
24%	25%	7%
9%	38% ⊕	62% ⊕
26% ⊕	16%	14%
10%	11%	8%

Pourcentage du budget marketing / CA

Q25bis Part du budget marketing par rapport au CA

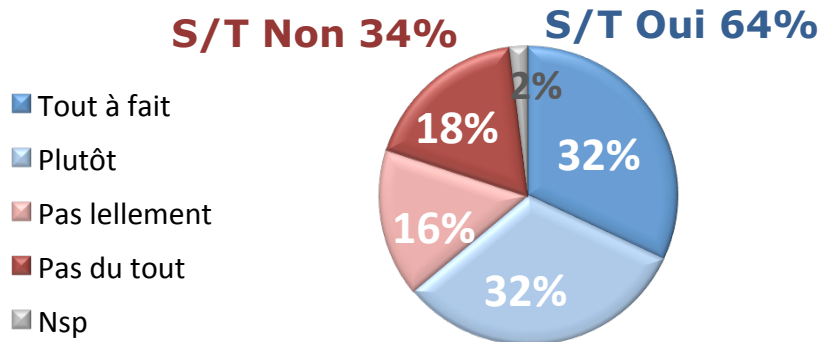


Les clients au cœur de la démarche des PME pratiquant le marketing, 2/3 le traduisant dans leur CRM

Cycle marketing client

Personnalisation

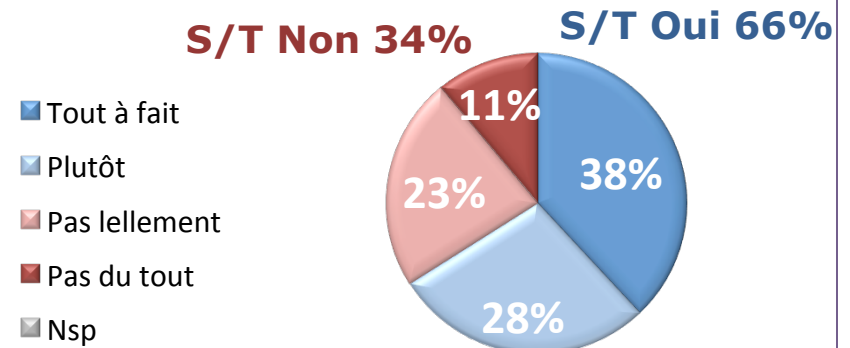
Q26 La communication de votre entreprise est personnalisée en fonction du profil et du comportement de vos clients ?



Base Entreprises Concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

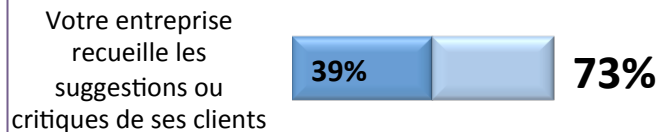
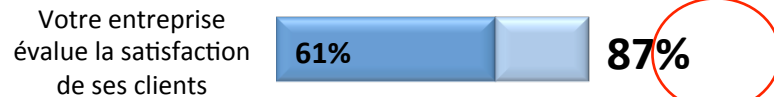
Fichiers clients

Q16 Diriez-vous que vos fichiers de clients et prospects sont bien renseignés et mis à jour régulièrement ?



Satisfaction et Feedback clients

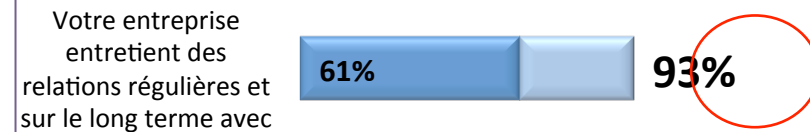
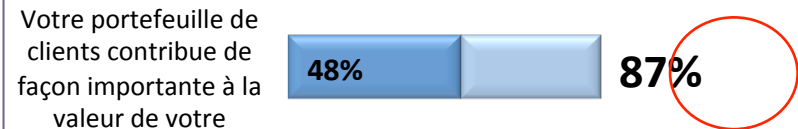
Q24 Diriez-vous que



Base Ensemble (400 interviews)

Relation et Valeur clients

Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que



Les PME se jugent globalement performantes en marketing, notamment dans la relation clients

Performances perçues

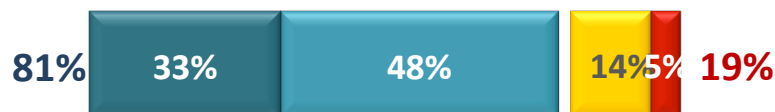
Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Q12 En 2011 votre entreprise a-t-elle atteint ses objectifs en termes de ...

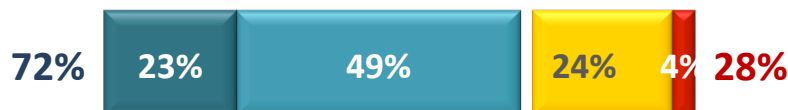
ST OUI

ST NON

Performance dans la relation clients : Satisfaction ou fidélisation de votre clientèle



Performance commerciale : Chiffres d'Affaire, parts de marché



Performance financière : Rentabilité, solvabilité ou trésorerie



Performance dans l'Innovation : création de nouveaux produits et/ou services



Oui, tout à fait
 Oui, plutôt
 Non, pas tellement
 Non, pas du tout

La performance financière en tête, celle de la relation clients au cœur, l'innovation plus mitigée

Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Priorités

Q12bis Concernant ... , est-ce très prioritaire, plutôt prioritaire, pas tellement prioritaire ou pas du tout prioritaire au sein de votre entreprise ?

ST PRIORITAIRE

ST PAS PRIORITAIRE

La performance financière :
Rentabilité, solvabilité ou trésorerie



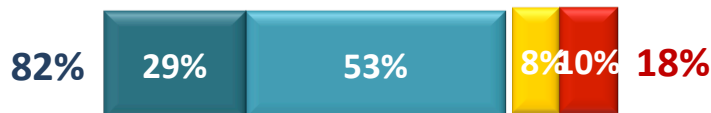
La performance dans la relation clients :
Satisfaction ou fidélisation de votre clientèle



La performance commerciale :
Chiffres d'Affaire, parts de marché



La performance dans l'Innovation :
création de nouveaux produits et/ou services



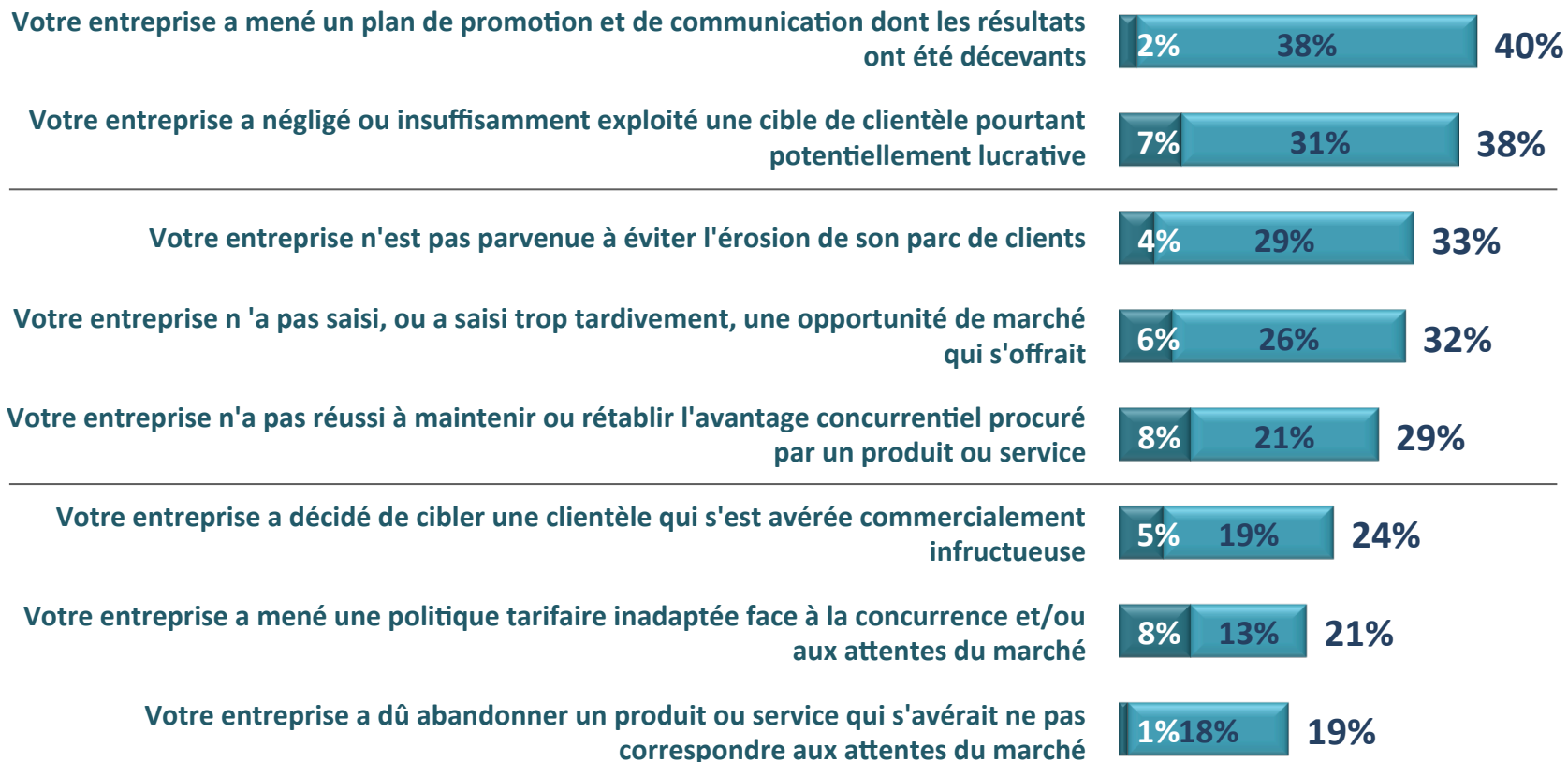
3/4 des PME avouent des contreperformances, typiquement en marketing opérationnel

Contreperformances

Base Entreprises concernées par le marketing (300 interviews)
Soit 48% de l'ensemble des PME de l'univers concerné

Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces derniers années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?

A RENCONTRÉ AU MOINS UNE SITUATION CONTRE PERFORMANTE 76%



Souvent

De temps en temps

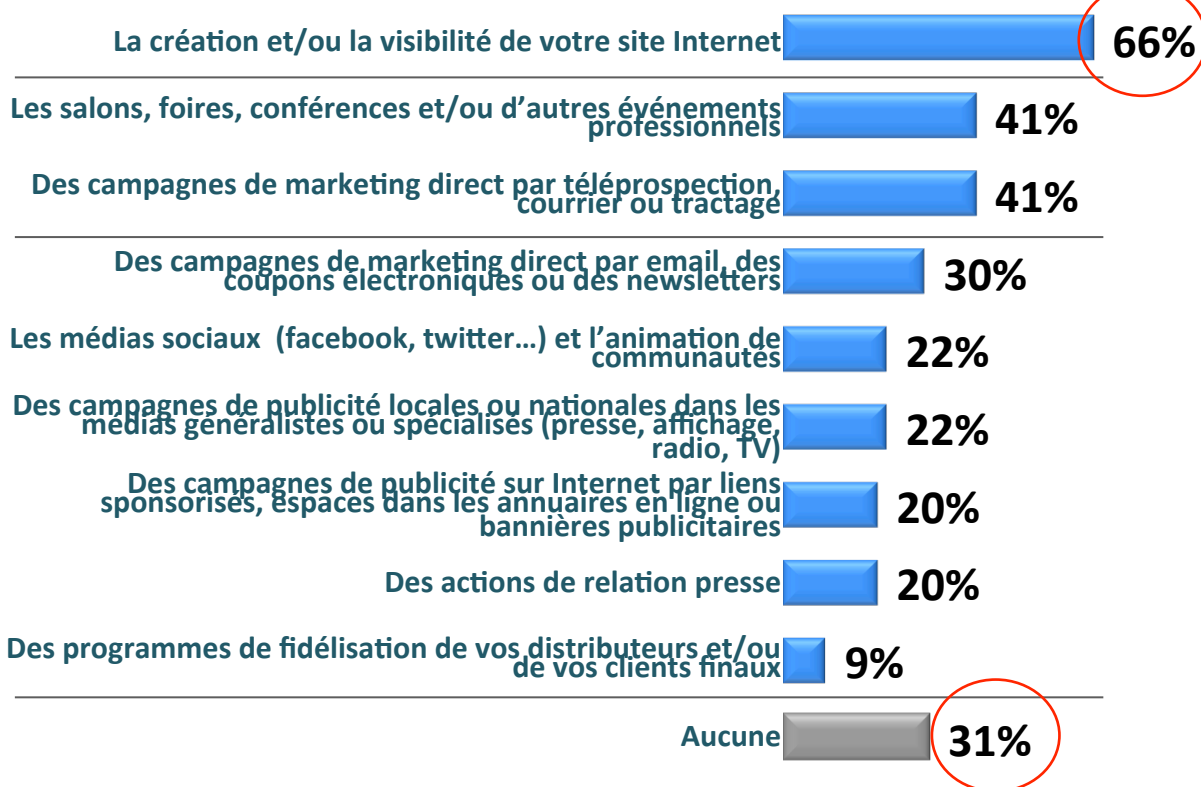
ST OUI



2/3 des PME pratiquant le marketing ont réalisé des actions en 2012, avec le web-marketing en vedette

Investissements

QI1 Au cours des 12 derniers mois, votre entreprise a-t-elle investi dans chacune des actions suivantes ?



Au moins 2 ⇒ 66%
 3 ou plus ⇒ 42%
 4 ou plus ⇒ 29%

Base Entreprises concernées par le marketing et ayant répondu au Web (93 interviews)

	0 à 9 salariés (b. 21)	10 à 49 salariés (b. 66)	50 à 249 salariés (b. 6)
La création et/ou la visibilité de votre site Internet	67%	58%	82%
Les salons, foires, conférences et/ou d'autres événements professionnels	41%	38%	86%
Des campagnes de marketing direct par téléprospection, courrier ou tractage	44%	19%	31%
Des campagnes de marketing direct par email, des coupons électroniques ou des newsletters	30%	25%	82%
Les médias sociaux (facebook, twitter...) et l'animation de communautés	23%	17%	20%
Des campagnes de publicité locales ou nationales dans les médias généralistes ou spécialisés (presse, affichage, radio, TV)	21%	27%	52%
Des campagnes de publicité sur Internet par liens sponsorisés, espaces dans les annuaires en ligne ou bannières publicitaires	21%	12%	28%
Des actions de relation presse	19%	27%	20%
Des programmes de fidélisation de vos distributeurs et/ou de vos clients finaux	9%	11%	0%
Aucune	33%	20%	0%

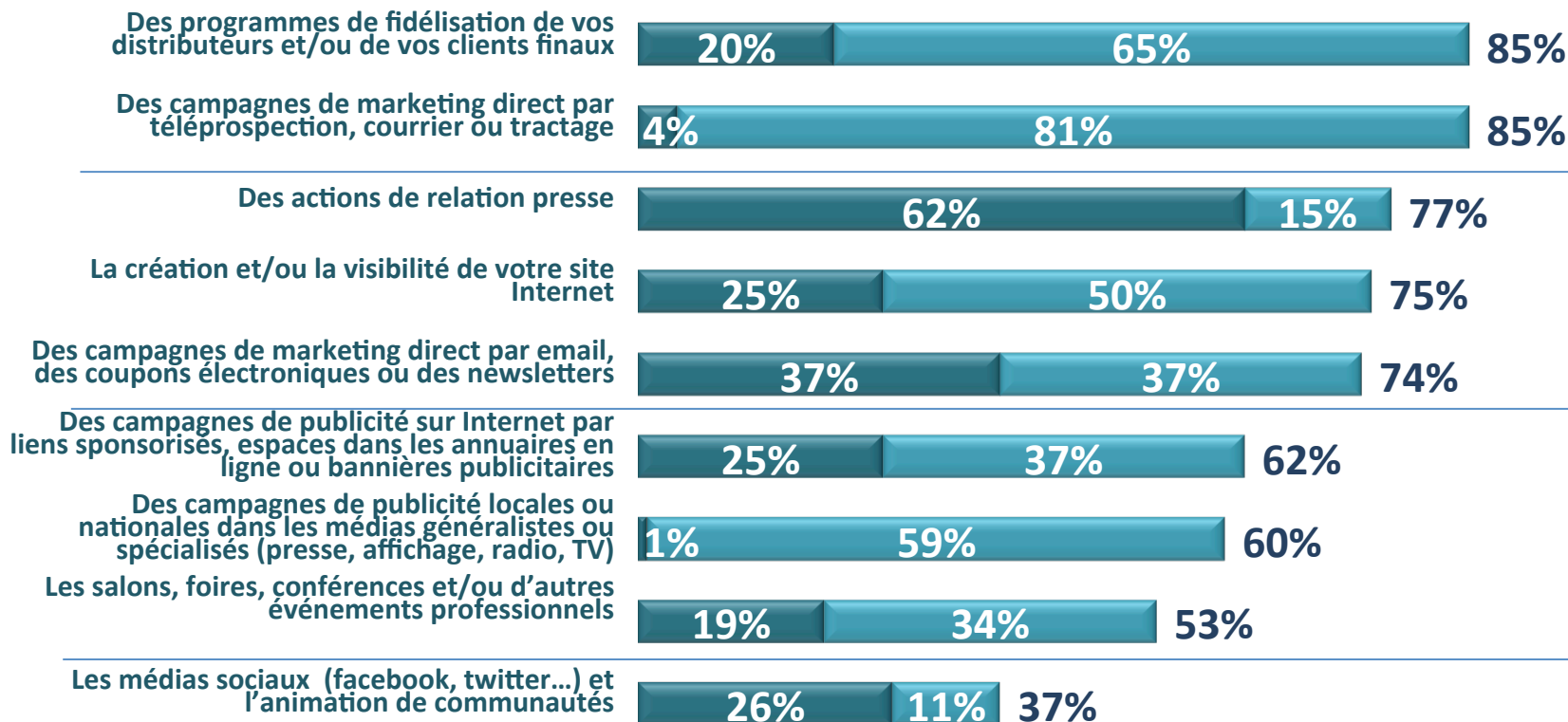
64%	70%	100%
40%	48%	82%
31%	18%	50%



La fidélisation, peu développée, est la plus rentable - les salons, très courus, sont moins profitables...

Profitabilité des investissements

Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 DERNIERS MOIS, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.



Oui, tout à fait



Oui, plutôt

ST OUI

Aucune significativité par taille de l'entreprise

Bases : pour chaque type d'investissement, entreprises ayant investi.

Une faible culture de la mesure de la performance, que le web-marketing est en train de bouleverser

Actions marketing : mise en place d'indicateurs de performance

Base Entreprises concernées par le marketing et ayant répondu au Web (93 interviews)

Q13_1 Concernant la **CREATION** ou la **VISIBILITE DE VOTRE SITE INTERNET**, votre entreprise a-t-elle **UTILISE** chacun des indicateurs suivants au cours des **12 DERNIERS MOIS** pour mesurer la **PERFORMANCE** de cette activité ?

% Oui



Au moins 2 ⇒ 60%
 3 ou plus ⇒ 48%
 4 ou plus ⇒ 30%

	0 à 9 salariés (b. 21)	10 à 49 salariés (b. 66)	50 à 249 salariés (b. 6)
La création et/ou la visibilité de votre site Internet	48%	38%	51%
Les salons, foires, conférences et/ou d'autres événements professionnels	23%	6%	20%
Des campagnes de marketing direct par email, des coupons électroniques ou des newsletters	29%	32%	86%
Des campagnes de marketing direct par téléprospection, courrier ou tractage	23%	17%	31%
Les médias sociaux (facebook, twitter...) et l'animation de communautés	23%	16%	33%
Des campagnes de publicité sur internet par liens sponsorisés, espaces dans les annuaires en ligne ou bannières publicitaires	15%	7%	0%
Des actions de relation presse	9%	19%	14%
Des campagnes de publicité locales ou nationales dans les médias généralistes ou spécialisés (presse, affichage, radio, TV)	11%	17%	20%
Des programmes de fidélisation de vos distributeurs et/ou de vos clients finaux	9%	9%	0%
Au moins 2	58%	71%	86%
3 ou plus	49%	43%	68%
4 ou plus	30%	28%	33%

Une approche empirique avec les moyens du bord, dissimulant des préjugés tenaces sur le marketing

Opinions sur le marketing

Base Entreprises concernées par le marketing et ayant répondu au Web (93 interviews)

Q14 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?

Dans votre entreprise, vous fonctionnez à l'instinct, en faisant principalement confiance à votre intuition **29%** **34%** **63%**

Dans votre entreprise, vous travaillez le plus souvent dans l'urgence, sous la pression du quotidien **16%** **41%** **57%**

Dans votre entreprise, vous procédez par tâtonnements, par essais successifs avec les moyens du bord **17%** **26%** **43%**

Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?

Le marketing n'est pas abordable en termes de ressources et de moyens requis **23%** **33%** **56%**

Le marketing ne correspond pas à notre métier et à nos méthodes **23%** **30%** **53%**

Le marketing ne s'applique pas à la dimension restreinte de notre marché **24%** **24%** **48%**

Le marketing ne nous apporte pas l'efficacité attendue **18%** **28%** **46%**

Le marketing n'est pas compatible avec notre culture d'entreprise **12%** **30%** **42%**

Le marketing ne nous permet pas de réduire ou maîtriser les risques **14%** **26%** **40%**

Le marketing n'est pas adapté aux savoir-faire de nos collaborateurs **14%** **19%** **33%**

Le marketing n'est pas conforme à notre éthique professionnelle **10%** **19%** **29%**

Au moins 1 critique ⇒ 87%
2 ou plus ⇒ 72%
3 ou plus ⇒ 63%

Oui, tout à fait Oui, plutôt **ST OUI**

Aucune significativité par taille de l'entreprise

Annexe

Tableaux des résultats détaillés

Contexte : L'entreprise

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	
Localisation																			
Région Parisienne	26%	27%		20%		21%		30%		40%	+++	21%		14%	--	16%		9%	---
ST Province	74%	73%		80%		79%		70%		60%	---	79%		86%	++	84%		91%	+++
Nord Ouest	19%	18%		26%		26%		21%		12%	--	25%	+	11%	-	9%		24%	
Nord Est	16%	15%		20%		31%		9%	---	8%	---	34%	+++	7%	--	21%		15%	
Sud Ouest	12%	12%		11%		12%		11%		20%	++	4%	---	18%		3%		8%	
Sud Est	27%	28%		24%		9%		29%		20%	--	15%	---	50%	+++	50%		44%	++
Secteur d'activité en 9																			
Imprimerie - Papeterie	29%	28%		42%		15%		100%		0%	---	0%	---	0%	---	0%		0%	---
Habillement textile	25%	25%		18%		45%		0%	---	100%		0%	---	0%	---	0%		0%	---
Meubles	25%	25%		18%		22%		0%	---	0%	---	100%		0%	---	0%		0%	---
Horlogerie Bijouterie	11%	12%	++	5%		0%		0%	---	0%	---	0%	---	100%		0%		0%	
Appareil électrique et électroménager	3%	2%		11%		2%		0%		0%		0%		0%		100%		0%	
Art de la table	4%	5%		3%		2%		0%	---	0%		0%		0%		0%		56%	
Chaussure - Tannerie	1%	1%		2%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		13%	
Articles de sport	1%	1%		1%		13%		0%		0%		0%		0%		0%		11%	
Jeux et jouets	2%	2%		1%		2%		0%		0%		0%		0%		0%		19%	
Taille d'entreprise (information fichier)																			
0 à 9 salariés	92%	100%		0%	---	0%	---	90%		93%		94%		97%	++	72%		92%	
10 à 49 salariés	6%	0%	---	100%		0%		10%		5%		5%		3%		27%		5%	
50 salariés et +	2%	0%	---	0%		100%		1%		3%		1%		0%		1%		3%	
Nombre de salariés permanents ou dirigeants non salariés (déclaratif)																			
0	39%	42%	+++	3%	---	4%		42%		37%		33%		50%	+	10%		45%	
De 1 à 2	33%	35%	+++	4%	---	7%		25%	--	34%		41%	++	41%		34%		18%	---
De 3 à 5	14%	15%	++	5%		2%		24%	+++	13%		7%	---	0%	---	12%		21%	
De 6 à 9	7%	7%		11%		0%		1%	---	10%		14%	++	3%		10%		5%	
De 10 à 49	6%	1%	---	72%		25%		7%		3%		4%		5%		31%		9%	
50 et plus	1%	0%		5%		62%		1%		2%		1%		0%		4%		2%	

Contexte : L'entreprise

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	
Chiffre d'affaires																			
De 0 à 99999	41%	44%	+++	4%	---	4%		33%	-	46%		41%		46%		30%		50%	
De 100000 à 149999	31%	32%	+++	13%	--	0%		42%	+++	16%	---	38%		26%		25%		15%	--
De 150000 à 999999	20%	20%		27%		24%		19%		28%	+	17%		26%		7%		12%	
Plus de 1000000	8%	4%	---	56%		71%		6%		10%		4%	-	2%		39%		23%	
Moyenne	511103	214962		3105480		6912264		439065		493638		321109		164122		2040102		1327798	
Médiane	110000	100000		1000300		3000000		110000		100000		110000		110000		110000		65000	
Signif			---		+++		+++										++		+
Année de création																			
Moins de 1979	8%	6%	---	28%		28%		6%		2%	---	16%	+++	4%		8%		15%	
De 1980 à 1989	15%	14%		22%		34%		16%		5%	---	23%	++	14%		7%		20%	
De 1990 à 1999	27%	27%		27%		14%		35%	++	29%		19%	--	16%	--	51%		29%	
Plus de 2000	50%	53%	+++	22%	---	13%		43%	-	64%	+++	42%	-	66%	++	34%		36%	-
Non réponse	0%	0%		0%		12%		0%		1%		0%		0%		0%		0%	
Non interrogé	0%	0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%	
Moyenne	1996	1997		1986		1982		1996		2001		1993		2001		1997		1990	
Médiane	2000	2000		1989		1986		1996		2001		1995		2005		1997		1993	
Signif			+++		---		--				+++		---		++				---
Type d'entreprise																			
Détenue et dirigée par un ou des membre(s) d'une même famille	73%	73%		68%		53%		87%	+++	63%	--	69%		69%		80%		66%	
Détenue par un ou des membre(s) d'une même famille, sans qu'il(s) la dirige(nt)	4%	4%		8%		14%		1%		8%		4%		3%		3%		9%	
Ni l'un, ni l'autre (NSP)	23%	23%		23%		29%		12%	---	29%		27%		28%		17%		25%	
	0%	0%		0%		3%		0%		0%		0%		0%		0%		0%	

Contexte : Le dirigeant

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habille ment textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53		
Age																				
Moins de 34 ans	12%	12%		6%		11%		11%		14%		7%	-	19%		22%		9%		
De 35 à 49 ans	46%	47%		37%		43%		50%		46%		48%						37%		
De 50 à 64 ans	40%	39%		50%		43%		35%		40%		41%		39%		41%		53%		
De 65 ans et +	2%	2%		6%		3%		3%		1%		4%		0%		4%		1%		
Moyenne		47		47		51		49		48		45		49		45		48		51
Signif				--		++						---		+		-				++
Diplôme																				
Diplôme < BAC	35%	36%	++	21%	-	10%		30%		27%	-	47%	+++	34%		23%		41%		
Diplôme = BAC	30%	30%		26%		5%		36%	+	34%		20%	---	35%		13%		23%		
Diplôme = BAC+2	16%	16%		19%		13%		11%	-	19%		18%		16%		29%		14%		
Diplôme = BAC+3 ou 4	11%	10%		19%		25%		11%		11%		11%		10%		14%		6%		
Diplôme > BAC+4	9%	8%	-	15%		48%		12%				5%	--	5%		21%		15%		
Diplômé d'une formation en management marketing et commercial																				
Oui	9%	8%	--	21%		34%		2%	---	14%	+	9%		8%		14%		20%		
Non	90%	92%	+++	75%	-	55%	-	98%	+++	85%	-	91%		92%		83%		80%		
(NSP)	0%	0%		5%		11%		1%		1%		0%		0%		3%		0%		

Contexte : Moyens affectés au marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	

Q10 Et parmi ces salariés ou dirigeants non salariés, combien de personnes que ce soit des dirigeants, des salariés ou des stagiaires exercent une activité liée au marketing au sein de votre entreprise que ce soit à temps plein ou à temps partiel ?

0	77%	79%	+++	49%	---	28%		78%		67%	--	82%		87%	++	58%		78%	
ST 1 pers OU +	21%	18%	---	51%	+++	72%		19%		33%	+++	15%	-	11%	--	42%		18%	
1 pers	13%	13%		26%		13%		8%	--	21%	++	13%		10%		12%		14%	
2 pers	4%	3%	-	13%		22%		9%		4%		1%		0%		7%		2%	
Plus de 3 pers	3%	2%	--	12%		37%		2%		8%		1%		0%		24%		2%	
Non réponse	2%	3%	+++	0%		0%		3%		0%		3%		2%		0%		4%	
Moyenne	0,4		0,3		1,3		2,5		0,4		0,5		0,2		0,1		1,2		0,3
Signif			---		+++		+++				+							++	

Q10ter Au sein de votre entreprise, faites-vous appel à des compétences marketing externes (Consultants, Agences ou travailleur interimaire) ? Diriez-vous

ST Oui	14%	12%	--	27%		45%		18%		15%		6%	---	10%		15%		21%	
ST Souvent ou de tps en tps	7%	6%	-	15%		30%		8%		8%		5%		4%		11%		6%	
Oui, souvent	2%	2%		4%		5%		4%		3%		0%		0%		0%		4%	
Oui, de temps en temps	4%	3%	-	11%		26%		5%		4%		4%		4%		11%		1%	
Non, rarement	7%	7%		12%		14%		10%		7%		1%	---	7%		5%		15%	
Non, jamais	86%	88%	++	73%		52%	-	82%		85%		94%	+++	90%		85%		79%	
(NSP)	0%	0%		0%		3%		0%		0%		0%		0%		0%		0%	

Contexte : caractéristiques des marchés

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	
Q14_2 Nombre de clients actifs																			
De 1 à 19 clients	23%	23%		20%		27%		37%	+++	11%	---	20%		20%		20%		2%	
ST 20 clientst et+	76%	76%		80%		68%		63%	---	89%	+++	79%		77%		78%		92%	++
De 20 à 99 clients	42%	44%	++	25%	-	10%		30%	---	48%		60%	+++	32%		30%		45%	
De 100 à 499 clients	25%	25%		31%		22%		30%		26%		18%		25%		26%		26%	
Plus de 500 clients	9%	7%	--	24%		36%		4%	---	15%		2%	---	20%		22%		21%	
Non réponse	1%	1%		1%		6%		0%		0%		0%		3%		2%		6%	
Moyenne	254,9		220,2		551,1		699,8		105,4		332,5		97,0		373,9		375,3		1056,5
Médiane	50,0		50,0		100,0		100,0		50,0		50,0		40,0		70,0		80,0		80,0
Signif			-		-		-		-		-		-		-		-		+++
Q15 Avec combien de client votre entreprise réalise t-elle 80% de son chiffre d'affaires ?																			
Moins de 10	15%	15%		19%		16%		22%		13%		16%		8%		7%		7%	
De 10 à 40	29%	29%		28%		21%		24%		26%		46%	+++	17%		4%		15%	-
Plus de 40	24%	22%		32%		33%		21%		34%		16%	-	30%		36%		22%	
Non réponse	32%	34%		22%		30%		33%		27%		22%	--	45%		54%		56%	++
Moyenne	212,9		216,0		194,8		213,6		79,3		262,3		43,7		235,3		130,7		1534,7
Médiane	15,0		15,0		20,0		30,0		10,0		20,0		20,0		10,0		21,0		30,0
Signif			-		-		-		-		-		-		-		-		+++
Q15surQ14_PMG Degré de dépendance																			
Moins de 0,2_Degré élevé	12%	7%	--	32%		39%		8%		19%		4%		33%		23%		20%	
De 0,2 à 0,5_Degré moyen	34%	35%		32%		20%		37%		35%		37%		15%		53%		19%	
Plus de 0,5_Degré faible	54%	58%	+	36%	-	40%		55%		46%		59%		53%		24%		61%	
Moyenne	0,5		0,5		0,4		0,4		0,5		0,5		0,5		0,5		0,3		0,5
Médiane	0,4		0,4		0,3		0,3		0,3		0,3		0,5		0,3		0,2		0,5
Signif			++		--		--		--		--		--		--		--		--

Contexte : caractéristiques des marchés

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400			217		33		101		84		78		51		33		53	
Q7 Votre entreprise a-t-elle une clientèle																			
ST Locale-Regionale-Nationale	99%	99%		98%		88%		100%	+	99%		100%		100%	+	98%		91%	-
Locale	79%	80%	++	64%		35%		77%		80%		82%		83%		65%		68%	
Régionale	58%	58%		64%		41%		56%		50%	-	64%		74%	+++	57%		49%	
Nationale	50%	48%	---	77%	+++	73%		56%		51%		38%	---	46%		73%	+	59%	
ST Internationale	22%	20%	--	34%		62%		16%	-	23%		20%		11%	--	46%		50%	+++
Européenne	20%	19%		31%		44%		16%		20%		19%		11%	--	43%		48%	+++
Extra-européenne	10%	9%	-	18%		38%		4%	---	18%	+++	4%	--	6%		22%		21%	
(NSP)	0%	0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%	
Q8 Quelle est la part de votre chiffre d'affaire réalisée à l'export ?																			
Moyenne	4,1		3,7		7,1		15,7		1,6		4,3		4,9		1,1		11,5		11,4
Signif			-			++			--							+		+++	
Q23 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Sur votre marché les besoins des clients et l'offre des concurrents changent en permanence ?																			
ST Oui	54%	53%		58%		68%		62%		43%		53%		47%		37%		65%	
Oui, tout à fait	19%	18%		23%		33%		27%		22%		14%		15%		14%		14%	
Oui, plutôt	34%	34%		35%		36%		35%		22%	--	39%		32%		23%		51%	
ST Non	46%	47%		42%		32%		38%		57%		47%		53%		63%		35%	
Non, pas tellement	33%	34%		31%		26%		15%	---	46%	+	40%		28%		62%		33%	
Non, pas du tout	13%	14%		11%		6%		23%	++	10%		7%		25%		2%		2%	
Q23 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
La concurrence dans votre secteur est forte ?																			
ST Oui	70%	68%		75%		87%		65%		79%		67%		72%		53%		73%	
Oui, tout à fait	38%	38%		37%		49%		36%		64%	+++	24%	---	22%		32%		49%	
Oui, plutôt	31%	30%		39%		38%		29%		15%	---	43%	++	49%		20%		24%	
ST Non	30%	32%		25%		13%		35%		21%		33%		28%		47%		27%	
Non, pas tellement	24%	25%		22%		13%		28%		11%	--	32%		22%		46%		9%	
Non, pas du tout	6%	7%		3%		0%		7%		10%		0%		6%		1%		17%	

La pratique du marketing : Politique marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41		
Q20 Aujourd'hui, parmi les CINQ STRATEGIES d'entreprise que je vais vous citer, dites-moi quelle est celle qui correspond à celle de votre entreprise ?																				
Votre entreprise cherche à être la première par des offres innovantes ou en conquérant de nouveaux marchés <	12%	11%		18%		30%		11%		11%		13%		7%		35%		15%		
Votre entreprise surveille le marché et se met dans le sillage de la concurrence en proposant une offre plus compétitive	11%	11%		15%		3%		17%		9%		7%		19%		5%		6%		
Votre entreprise défend ses parts de marché en jouant d'abord sur la compétitivité de ses prix.	19%	18%		20%		36%		20%		11%	-	20%		34%		10%		23%		
Votre entreprise maintient ses positions sur le marché par une offre de qualité et des prix élevés.	38%	39%		37%		28%		28%	-	52%	++	42%		19%	--	49%		38%		
Où vous n'avez pas de stratégie déterminée et procédez par réaction aux mouvements des concurrents (NSP)	15%	17%	++	7%		0%		17%		9%		17%		21%		2%		17%		
	4%	4%		4%		3%		8%		8%		0%		1%		0%		0%		

La pratique du marketing : Stratégie marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habille ment textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	

Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que l'offre de produits et de services proposée par votre entreprise est clairement différenciée de celle proposée par vos concurrents ?

ST Oui	74%	75%	71%	72%	65%	--	89%	+++	79%	58%	86%	65%
Oui, tout à fait	31%	32%	25%	24%	32%		43%	+	26%	15%	34%	30%
Oui, plutôt	44%	43%	46%	48%	34%	--	46%		+	43%	52%	35%
ST Non	25%	25%	27%	15%	34%	+	11%	---	20%	42%	14%	35%
Non, pas tellement	24%	24%	22%	15%	33%	+	10%	---	20%	36%	14%	29%
Non, pas du tout	2%	1%	4%	0%	2%		0%		0%	6%	0%	
(NSP)	1%	0%	2%	12%	0%		1%		1%	0%	0%	0%

Q18 Au sein de votre entreprise, diriez-vous que vous déterminez différentes catégories de clientèle potentielle en fonction de leurs besoins ou de leurs profils ?

ST Oui	70%	69%	71%	80%	56%	--	89%	+++	67%	66%	84%	75%
Oui, tout à fait	41%	41%	39%	48%	42%		37%		46%	35%	41%	38%
Oui, plutôt	29%	28%	32%	32%	13%	---	52%	+++	21%	31%	43%	37%
ST Non	29%	30%	28%	20%	44%	+++	11%	---	33%	34%	16%	18%
Non, pas tellement	14%	14%	17%	13%	11%		9%		24%	++	13%	6%
Non, pas du tout	15%	16%	11%	6%	33%	+++	1%	---	9%	20%	5%	12%
(NSP)	1%	1%	1%	0%	0%		0%		0%	0%	0%	8%

Q19 Diriez-vous que votre entreprise sélectionne et cible les catégories de clients identifiées ou potentielles les plus pertinentes ?

ST Oui	74%	74%	76%	83%	73%		83%		70%	68%	88%	74%
Oui, tout à fait	36%	37%	30%	44%	29%		53%	++	33%	26%	33%	43%
Oui, plutôt	38%	37%	46%	39%	44%		30%		37%	42%	55%	31%
ST Non	23%	24%	22%	13%	19%		17%		30%	32%	12%	26%
Non, pas tellement	15%	15%	13%	13%	11%		16%		21%	19%	7%	1%
Non, pas du tout	9%	9%	9%	0%	9%		1%		9%	13%	6%	25%
(NSP)	2%	2%	2%	4%	8%		0%		0%	0%	0%	0%

La pratique du marketing : Environnement marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	
Q22 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre entreprise suit régulièrement l'évolution de son environnement extérieur : secteur, marché, tendance, consommation ?																			
ST D'accord	83%	83%		82%		76%		76%		89%		89%		73%		72%		82%	
Oui, tout à fait d'accord	30%	29%		35%		45%		27%		45%	++	23%		29%		30%		31%	
Oui, plutôt d'accord	53%	54%		46%		31%		49%		44%		66%	++	44%		43%		51%	
ST Pas d'accord	15%	15%		17%		21%		24%	+	3%	---	11%		27%		28%		18%	
Non, pas tellement d'accord	9%	8%		13%		17%		16%		2%		3%	---	21%		25%		11%	
Non, pas du tout d'accord	6%	6%		3%		3%		8%		0%		8%		7%		2%		7%	
(NSP)	2%	2%		1%		3%		0%		8%		0%		0%		0%		0%	
Q22 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre entreprise analyse dans le détail ses concurrents, leurs points forts, leurs offres et leurs performances ?																			
ST D'accord	49%	47%		58%		70%		46%		55%		36%	--	62%		65%		66%	
Oui, tout à fait d'accord	22%	22%		20%		23%		31%	+	27%		13%	--	33%		14%		4%	
Oui, plutôt d'accord	27%	25%		37%		48%		15%	--	27%		23%		30%		52%		61%	
ST Pas d'accord	49%	51%		40%		26%		53%		37%	-	64%	+++	38%		35%		34%	
Non, pas tellement d'accord	27%	27%		24%		17%		29%		26%		34%		13%		14%		14%	
Non, pas du tout d'accord	23%	24%		16%		9%		24%		12%	--	30%		25%		20%		21%	
(NSP)	2%	2%		2%		3%		1%		8%		0%		0%		0%		0%	
Q22 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre entreprise réalise des études ou enquêtes sur les besoins de sa clientèle ?																			
ST D'accord	51%	52%		42%		52%		45%		70%	+++	45%		52%		36%		49%	
Oui, tout à fait d'accord	18%	18%		14%		15%		9%	--	34%	+++	13%		21%		9%		19%	
Oui, plutôt d'accord	34%	34%		28%		37%		37%		36%		32%		31%		27%		30%	
ST Pas d'accord	47%	46%		57%		48%		54%		23%	---	55%		48%		64%		51%	
Non, pas tellement d'accord	16%	15%		21%		21%		18%		1%	---	18%		28%		4%		31%	
Non, pas du tout d'accord	31%	30%		36%		27%		36%		21%	-	37%		20%		60%		20%	
(NSP)	2%	2%		1%		0%		0%		8%		0%		0%		0%		0%	
Q22 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre entreprise s'efforce de déceler des besoins non exprimés de sa clientèle ?																			
ST D'accord	75%	75%		73%		81%		86%	++	75%		63%	--	69%		81%		84%	
Oui, tout à fait d'accord	30%	29%		31%		47%		36%		45%	++	10%	---	57%		15%		24%	
Oui, plutôt d'accord	45%	46%		43%		34%		51%		30%	--	54%		12%	---	66%		59%	
ST Pas d'accord	23%	23%		25%		15%		13%	--	17%		36%	+++	31%		19%		16%	
Non, pas tellement d'accord	12%	11%		15%		12%		5%	--	8%		21%	++	18%		13%		7%	
Non, pas du tout d'accord	11%	11%		9%		4%		9%		9%		15%		13%		6%		9%	
(NSP)	2%	2%		2%		3%		1%		8%		0%		0%		0%		0%	

La pratique du marketing : Environnement marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	

Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Votre entreprise bénéficie d'une bonne réputation auprès de ses partenaires ou de ses prestataires ?

ST Oui	95%	95%	96%	97%	95%		93%	96%	95%	91%	93%	
Oui, tout à fait	58%	58%	57%	57%	66%	++	57%	49%	--	60%	58%	57%
Oui, plutôt	37%	37%	39%	40%	30%	--	36%	48%	++	36%	34%	36%
ST Non	2%	2%	3%	0%	0%		3%	0%	5%	9%	3%	
Non, pas tellement	2%	2%	3%	0%	0%		3%	0%	5%	9%	0%	
Non, pas du tout	0%	0%	0%	0%	0%		0%	0%	0%	0%	3%	
(NSP)	3%	3%	1%	3%	5%		3%	4%	0%	0%	3%	

Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Votre entreprise bénéficie d'une bonne image auprès de sa clientèle potentielle et en portefeuille ?

ST Oui	96%	96%	92%	95%	99%	+++	93%	96%	93%	100%	+++	93%
Oui, tout à fait	59%	59%	55%	60%	56%		59%	58%	63%	72%		57%
Oui, plutôt	37%	37%	37%	35%	43%		34%	37%	30%	28%		36%
ST Non	1%	1%	6%	0%	0%		0%	0%	7%	0%		4%
Non, pas tellement	1%	1%	6%	0%	0%		0%	0%	7%	0%		0%
Non, pas du tout	0%	0%	1%	0%	0%		0%	0%	0%	0%		3%
(NSP)	3%	3%	2%	5%	0%		6%	4%	0%	0%		4%

La pratique du marketing : Cycle marketing produit

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	

Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Le développement de vos nouveaux produits et services répond aux attentes des clients ?

ST Oui	95%	96%	90%	90%	98%		91%		99%	+	82%		98%		99%
Oui, tout à fait	45%	45%	46%	48%	37%		62%	++	41%		45%		41%		48%
Oui, plutôt	50%	51%	44%	42%	61%	+	30%	--	57%		37%		57%		50%
ST Non	4%	4%	8%	10%	2%		9%		1%		18%		2%		1%
Non, pas tellement	4%	3%	6%	7%	1%		8%		1%		12%		2%		1%
Non, pas du tout	1%	1%	2%	3%	0%		1%		0%		6%		0%		0%
(NSP)	0%	0%	2%	0%	1%		0%		0%		0%		0%		1%

Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Votre entreprise maintient ou fait évoluer ses produits ou services pour qu'ils demeurent adaptés aux exigences du marché ?

ST Oui	86%	86%	87%	100%	90%		83%		85%		93%		81%		80%
Oui, tout à fait	45%	45%	43%	65%	50%		56%		36%	-	35%		39%		46%
Oui, plutôt	41%	41%	45%	35%	40%		28%	--	49%		58%		41%		34%
ST Non	10%	10%	12%	0%	9%		9%		9%		7%		19%		19%
Non, pas tellement	9%	9%	10%	0%	9%		8%		9%		1%		19%		13%
Non, pas du tout	1%	1%	1%	0%	0%		1%		0%		6%		0%		6%
(NSP)	3%	4%	1%	0%	0%		8%		6%		0%		0%		0%

Q29 Et diriez-vous que vos brevets, licences, marques et autres propriétés intellectuelles contribuent de façon importante à la valeur de votre entreprise ?

ST Oui	57%	57%	55%	81%	69%	++	73%	++	36%	--	37%	-	74%		64%
Oui, tout à fait	30%	30%	28%	42%	34%		44%	++	15%	--	17%		50%		39%
Oui, plutôt	27%	27%	27%	40%	35%		29%		22%		20%		24%		25%
ST Non	36%	37%	39%	16%	29%		11%	--	57%	+++	63%	++	23%		29%
Non, pas tellement	16%	17%	18%	3%	4%	--	1%	--	33%	+++	37%		14%		19%
Non, pas du tout	20%	20%	20%	12%	26%		10%	-	24%		27%		9%		10%
(NSP)	6%	7%	6%	3%	1%		16%		6%		0%		3%		7%

La pratique du marketing : Mix marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	

Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Les prix de vos produits ou services sont déterminés après une analyse précise de leur prix de revient et de leur rentabilité ?

ST Oui	85%	84%	91%	87%	77%	-	83%	93%	++	87%	93%	87%
Oui, tout à fait	48%	48%	47%	63%	46%		55%	46%		49%	63%	37%
Oui, plutôt	37%	37%	44%	24%	31%		28%	46%	+	38%	29%	49%
ST Non	14%	16%	8%	9%	23%	+	17%	7%	--	13%	7%	13%
Non, pas tellement	10%	11%	6%	6%	16%		8%	6%		13%	6%	8%
Non, pas du tout	4%	5%	2%	3%	7%		9%	0%		0%	2%	6%
(NSP)	0%	0%	1%	3%	0%		0%	1%		0%	0%	0%

Q28 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Les prix de vos produits ou services sont déterminés en fonction de leurs avantages concurrentiels et de leur perception par les clients ?

ST Oui	62%	61%	70%	69%	64%		50%	-	72%	+	72%	62%	44%
Oui, tout à fait	26%	25%	29%	28%	19%		28%		27%		48%	12%	22%
Oui, plutôt	36%	36%	41%	41%	45%		22%	--	46%	+	24%	50%	23%
ST Non	38%	39%	29%	31%	36%		50%	+	28%		28%	38%	56%
Non, pas tellement	25%	26%	20%	25%	28%		17%		27%		22%	16%	34%
Non, pas du tout	13%	14%	9%	6%	8%		33%	+++	1%	--	6%	22%	21%
(NSP)	0%	0%	2%	0%	0%		0%		0%		0%	0%	0%

Q26 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

Au-delà des caractéristiques techniques des produits, la communication de votre entreprise exprime aussi les bénéfices apportés aux clients ?

ST Oui	64%	62%	76%	72%	49%	---	74%		67%		75%	73%	64%
Oui, tout à fait	26%	24%	31%	48%	19%		37%	+	21%		22%	43%	28%
Oui, plutôt	39%	38%	45%	24%	30%		37%		46%		53%	31%	36%
ST Non	32%	34%	23%	24%	50%	+++	10%	---	33%		25%	25%	36%
Non, pas tellement	19%	20%	17%	19%	27%		1%	---	25%		13%	24%	28%
Non, pas du tout	13%	14%	+	5%	24%	++	9%		9%		12%	2%	8%
(NSP)	4%	4%		2%	0%		16%		0%		0%	2%	0%

La pratique du marketing : Mix marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	

Q27 Concernant le réseau commercial de votre entreprise, diriez-vous que

Vous fournissez à votre réseau commercial ou force de vente des argumentaires, de la documentation ou des outils d'aide à la vente ?

ST Oui	53%	52%		52%		71%		60%		63%		40%	--	28%	--	67%		67%	
Oui, tout à fait	29%	29%		24%		39%		20%		42%	++	26%		15%		37%		36%	
Oui, plutôt	24%	23%		28%		32%		39%	+++	21%		14%	--	13%		30%		31%	
ST Non	30%	31%		27%		19%		29%		26%		31%		55%		27%		13%	--
Non, pas tellement	7%	5%		16%		13%		3%		1%		8%		20%		24%		7%	
Non, pas du tout	23%	25%	++	10%	--	6%		25%		25%		23%		35%		3%		6%	
(Non concerné / votre entreprise n'a pas de réseau commercial externe)	18%	17%		21%		10%		11%		11%		28%	++	17%		6%		20%	

Q27 Concernant le réseau commercial de votre entreprise, diriez-vous que

Vous sélectionnez et animez les distributeurs les mieux adaptés à votre activité ?

ST Oui	56%	55%		55%		65%		61%		60%		41%	---	58%		44%		76%	++
Oui, tout à fait	26%	26%		24%		26%		26%		29%		20%		33%		14%		38%	
Oui, plutôt	29%	29%		31%		39%		36%		30%		21%	-	25%		30%		38%	
ST Non	24%	24%		20%		21%		27%		20%		25%		31%		39%		9%	
Non, pas tellement	13%	14%		11%		6%		8%		18%		15%		19%		12%		7%	
Non, pas du tout	10%	10%		9%		16%		19%	++	2%		9%		12%		27%		2%	
(Non concerné / votre entreprise n'a pas de réseau commercial externe)	21%	20%		26%		13%		12%	--	21%		35%	+++	11%		17%		15%	

La pratique du marketing : Mix marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	
Q25 Au total, quel montant en EUROS « HORS TAXE » votre entreprise a-t-elle investi en communication, publicité ou promotion en 2012 ?																			
0	25%		26%		15%		14%		29%		22%		25%		17%		24%		31%
De 1 à 1000	30%		31%	+++	10%	---	9%		31%		22%	--	36%		39%		24%		18%
De 1001 à 5000	24%		24%		25%		7%		29%		20%		22%		31%		9%		18%
De 5001 à 10000	4%		3%	--	17%		19%		6%		1%		4%		3%		3%		11%
10001 ou plus	7%		6%	--	21%		43%		2%	---	13%	++	5%		4%		27%		15%
Non réponse	10%		10%		11%		9%		5%	---	22%	+++	8%		7%		13%		8%
Non interrogé	0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%		0%
Moyenne	7105,9		5153,0		14662,5		91832,8		2155,1		14434,0		4918,8		7912,5		11220,1		10427,4
Signif				---			+++					++							
Q25Bis2 Budget Marketing / CA																			
0	31%		32%		22%		19%		35%		25%		34%		22%		30%		32%
>0 à 1%	21%		19%	---	48%		50%		25%		15%		23%		22%		16%		21%
> 1%	48%		49%	+	31%		32%		40%	-	61%	++	43%		56%		54%		47%

La pratique du marketing : Cycle marketing client

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	

Q26 Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que

La communication de votre entreprise est personnalisée en fonction du profil et du comportement de vos clients ?

ST Oui	64%	63%	66%	69%	64%	73%	56%	60%	68%	67%
Oui, tout à fait	32%	33%	30%	27%	28%	52% +++	21% --	44%	38%	25%
Oui, plutôt	31%	30%	36%	41%	36%	21% -	36%	16%	30%	42%
ST Non	34%	35%	32%	28%	35%	19% ---	43% +	40%	32%	33%
Non, pas tellement	16%	16%	18%	19%	18%	2% ---	20%	27%	29%	15%
Non, pas du tout	18%	19%	14%	9%	18%	17%	23%	12%	3%	18%
(NSP)	2%	2%	2%	3%	0%	8%	1%	1%	0%	0%

Q16 Diriez-vous que vos fichiers de clients et prospects sont bien renseignés et mis à jour régulièrement ?

ST Oui	66%	62%	85%	82%	66%	60%	64%	70%	75%	77%
Oui, tout à fait	38%	35%	56%	57%	31%	41%	37%	30%	47%	61% ++
Oui, plutôt	27%	27%	28%	25%	35%	19%	26%	40%	28%	16%
ST Non	34%	38%	14%	18%	34%	40%	36%	30%	24%	23%
Non, pas tellement	23%	26%	11%	12%	27%	32%	21%	1%	21%	22%
Non, pas du tout	11%	12%	4%	6%	7%	8%	15%	29%	2%	1%
(NSP)	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%

La pratique du marketing : Cycle marketing client

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habille ment textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	400	150		217		33		101		84		78		51		33		53	
Q24 Diriez-vous que																			
Votre entreprise évalue la satisfaction de ses clients ?																			
ST Oui	87%	87%	84%	89%	88%	90%	81%	90%	87%	91%									
Oui, souvent	61%	62%	46%	53%	62%	71%	++	54%	58%	59%	52%								
Oui, de temps en temps	26%	25%	38%	36%	26%	19%	--	27%	32%	28%	38%								
ST Non	13%	13%	15%	8%	12%	10%	18%	+	10%	13%	9%								
Non, rarement	4%	3%	11%	6%	1%	7%	5%	2%	3%	5%									
Non, jamais	9%	9%	4%	3%	11%	4%	--	14%	+	8%	10%	5%							
(NSP)	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%								
Q24 Diriez-vous que																			
Votre entreprise recueille les suggestions ou critiques de ses clients pour faire évoluer l'offre des produits ou services ?																			
ST Oui	73%	72%	83%	90%	75%	73%	68%	75%	96%	+++	74%								
Oui, souvent	39%	38%	49%	46%	40%	44%	36%	32%	52%	35%									
Oui, de temps en temps	34%	34%	34%	44%	35%	29%	32%	43%	44%	39%									
ST Non	25%	25%	15%	7%	22%	27%	28%	22%	3%	26%									
Non, rarement	13%	14%	10%	7%	11%	17%	18%	4%	--	2%	17%								
Non, jamais	11%	12%	++	0%	11%	10%	11%	19%	1%	9%									
(NSP)	2%	2%	1%	3%	3%	0%	4%	3%	1%	0%									
Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre portefeuille de clients contribue de façon importante à la valeur de votre entreprise ?																			
ST Oui	87%	86%	89%	87%	92%	++	86%	77%	--	90%	98%	++	93%						
Oui, tout à fait	48%	48%	45%	68%	42%	55%	41%	59%	51%	56%									
Oui, plutôt	38%	38%	44%	20%	50%	+++	31%	36%	31%	47%	37%								
ST Non	9%	9%	8%	10%	8%	4%	--	15%	++	10%	2%	7%							
Non, pas tellement	6%	6%	6%	6%	1%	--	4%	15%	+++	5%	1%	3%							
Non, pas du tout	3%	3%	2%	4%	7%	0%	0%	5%	1%	4%									
(NSP)	4%	5%	3%	3%	0%	--	10%	8%	0%	0%									
Q20b Etes-vous tout à fait, plutôt, pas tellement ou pas du tout d'accord pour dire que																			
Votre entreprise entretient des relations régulières et sur le long terme avec ses clients ?																			
ST Oui	93%	93%	94%	97%	96%	+	96%	+	88%	--	93%	90%	92%						
Oui, tout à fait	61%	61%	64%	70%	62%	65%	+	55%	64%	64%	59%								
Oui, plutôt	32%	32%	31%	27%	34%	31%	32%	29%	26%	34%									
ST Non	6%	6%	5%	0%	3%	4%	9%	7%	10%	8%									
Non, pas tellement	6%	6%	4%	0%	3%	4%	8%	7%	10%	8%									
Non, pas du tout	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%									
(NSP)	1%	1%	1%	3%	0%	0%	4%	0%	0%	0%									

Performances : priorités

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	282	57		199		26		79		60		58		23		25		37	
Q12bis Concernant																			
La performance financière : Rentabilité, solvabilité ou trésorerie ?																			
est-ce très prioritaire, plutôt prioritaire, pas tellement prioritaire ou pas du tout prioritaire au sein de votre entreprise ?																			
ST Prioritaire	94%	94%		95%		96%		99%	+++	89%		92%		100%	+++	100%		89%	
Très prioritaire	40%	38%		48%		51%		57%	+++	40%		19%	--	32%		48%		60%	
Plutôt prioritaire	54%	56%		47%		45%		43%		49%		72%	+++	68%		52%		28%	
ST Non prioritaire	6%	6%		5%		4%		1%		11%		8%		0%		0%		11%	
Pas tellement prioritaire	6%	6%		4%		0%		0%		11%		8%		0%		0%		11%	
Pas du tout prioritaire	0%	0%		1%		4%		0%		0%		0%		0%		0%		1%	
Q12bis Concernant																			
La performance commerciale : Chiffres d'Affaire, parts de marché ?																			
est-ce très prioritaire, plutôt prioritaire, pas tellement prioritaire ou pas du tout prioritaire au sein de votre entreprise ?																			
ST Prioritaire	90%	89%		94%		85%		90%		89%		92%		93%		97%		75%	
Très prioritaire	41%	39%		52%		59%		56%	++	49%		26%	--	30%		49%		34%	
Plutôt prioritaire	48%	50%		42%		27%		35%	--	41%		66%	+++	62%		48%		40%	
ST Non prioritaire	10%	11%		6%		15%		10%		11%		8%		7%		3%		25%	
Pas tellement prioritaire	10%	10%		6%		11%		10%		10%		8%		0%		3%		25%	
Pas du tout prioritaire	1%	1%		0%		4%		0%		0%		0%		7%		0%		0%	
Q12bis Concernant																			
La performance dans l'Innovation : création de nouveaux produits et/ou services ?																			
est-ce très prioritaire, plutôt prioritaire, pas tellement prioritaire ou pas du tout prioritaire au sein de votre entreprise ?																			
ST Prioritaire	82%	83%		77%		71%		79%		86%		84%		79%		94%		77%	
Très prioritaire	29%	29%		29%		30%		21%		33%		31%		24%		45%		42%	
Plutôt prioritaire	53%	54%		48%		41%		58%		53%		53%		54%		49%		35%	
ST Non prioritaire	18%	17%		23%		29%		21%		14%		16%		21%		6%		23%	
Pas tellement prioritaire	7%	5%		16%		25%		13%		3%		1%		8%		2%		22%	
Pas du tout prioritaire	10%	11%		7%		4%		8%		11%		15%		13%		4%		1%	
Q12bis Concernant																			
La performance dans la relation clients : Satisfaction ou fidélisation de votre clientèle ?																			
est-ce très prioritaire, plutôt prioritaire, pas tellement prioritaire ou pas du tout prioritaire au sein de votre entreprise ?																			
ST Prioritaire	91%	90%	-	97%		100%		92%		100%	+++	85%		78%		100%		99%	+++
Très prioritaire	60%	60%		60%		57%		66%		76%	++	44%	--	40%		53%		76%	
Plutôt prioritaire	31%	30%		37%		43%		26%		24%		41%	+	38%		47%		23%	
ST Non prioritaire	9%	10%	+	3%		0%		8%		0%		15%		22%		0%		1%	
Pas tellement prioritaire	6%	7%	+	2%		0%		1%		0%		15%		22%		0%		0%	
Pas du tout prioritaire	2%	3%		1%		0%		8%		0%		0%		0%		0%		1%	

Performances : Atteinte d'objectifs

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Base Brute	282	57		199		26		80		61		58		22		24		37		
Q12 En 2011 votre entreprise a-t-elle atteint ses objectifs en termes de																				
Performance financière : Rentabilité, solvabilité ou trésorerie ? , est-ce																				
ST Oui	72%	72%		71%		75%		54%	---	87%	+++	75%		91%	++	86%		66%		
'Oui, tout à fait	22%	20%		37%		21%		24%		16%		10%	---	38%		49%		45%		
'Oui, plutôt	50%	53%		34%		53%		30%	---	71%	+++	65%	++	53%		37%		21%		
ST Non	28%	28%		29%		25%		46%	+++	13%	---	25%		9%		14%		34%		
Non, pas tellement	20%	20%		20%		21%		30%	+	12%		23%		8%		14%		15%		
Non, pas du tout	7%	7%		9%		4%		16%		1%		2%		1%		0%		19%		
Q12 En 2011 votre entreprise a-t-elle atteint ses objectifs en termes de																				
Performance commerciale : Chiffres d'Affaire, parts de marché ? , est-ce																				
ST Oui	72%	72%		73%		78%		62%		71%		80%		76%		81%		75%		
'Oui, tout à fait	23%	21%		36%		28%		30%		14%		17%		17%		69%		36%		
'Oui, plutôt	49%	51%		37%		51%		32%	---	57%		63%	++	59%		12%		39%		
ST Non	28%	28%		27%		22%		38%	+	29%		20%		24%		19%		25%		
Non, pas tellement	24%	25%		19%		18%		29%		28%		18%		23%		11%		14%		
Non, pas du tout	4%	4%		8%		4%		9%		1%		1%		1%		8%		10%		
Q12 En 2011 votre entreprise a-t-elle atteint ses objectifs en termes de																				
Performance dans l'Innovation : création de nouveaux produits et/ou services ? , est-ce																				
ST Oui	69%	69%		69%		79%		56%	---	49%	---	97%	+++	65%		82%		71%		
'Oui, tout à fait	20%	18%		29%		29%		6%	---	15%		31%	++	21%		47%		32%		
'Oui, plutôt	49%	51%		40%		50%		50%		34%		66%	+++	44%		35%		39%		
ST Non	31%	31%		31%		21%		44%	++	51%	+++	3%	---	35%		18%		29%		
Non, pas tellement	20%	21%		17%		17%		19%		48%	+++	2%	---	18%		12%		17%		
Non, pas du tout	11%	11%		14%		4%		25%	+++	3%		1%	---	17%		7%		12%		
Q12 En 2011 votre entreprise a-t-elle atteint ses objectifs en termes de																				
Performance dans la relation clients : Satisfaction ou fidélisation de votre clientèle ? , est-ce																				
ST Oui	81%	79%		90%		96%		81%		81%		76%		99%	+++	96%		79%		
'Oui, tout à fait	33%	32%		41%		51%		32%		40%		32%		28%		33%		32%		
'Oui, plutôt	48%	47%		50%		46%		49%		41%		43%		71%	++	63%		48%		
ST Non	19%	21%	+	10%		4%		19%		19%		24%		1%		4%		21%		
Non, pas tellement	14%	15%		8%		4%		11%		18%		17%		1%		4%		11%		
Non, pas du tout	5%	6%		2%		0%		8%		1%		7%		0%		0%		10%		

Performances : contreperformances

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillage textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces dernières années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise n'a pas réussi à maintenir ou rétablir l'avantage concurrentiel procuré par un produit ou service (Avantage concurrentiel : Meilleure offre que ses concurrents) ?																			
ST OUI	29%	28%	33%	50%	23%	43%	++	24%	12%	57%	39%								
... OUI souvent	8%	8%	5%	3%	1%	24%		7%	0%	4%	0%								
... OUI, de temps en temps	22%	20%	28%	46%	22%	20%		18%	12%	53%	39%								
ST NON	64%	65%	65%	44%	70%	41%	--	75%	++	87%	+++	42%	53%						
... Non, rarement	19%	17%	31%	25%	6%	27%	--	23%	24%	32%	20%								
... Non, jamais	45%	48%	+	34%	19%	64%	+++	14%	--	52%	63%	10%	33%						
(Ne sait pas)	6%	7%		2%	6%	7%		16%		1%		2%	8%						
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces dernières années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise n'a pas saisi, ou a saisi trop tardivement, une opportunité de marché qui s'offrait ?																			
ST OUI	32%	33%	25%	28%	29%	42%		37%	10%	36%	19%								
... OUI souvent	5%	6%	3%	0%	1%	15%		6%	1%	0%	0%								
... OUI, de temps en temps	26%	27%	22%	28%	28%	26%		31%	9%	36%	19%								
ST NON	66%	64%	73%	66%	70%	50%	--	63%	84%	++	64%	81%							
... Non, rarement	25%	24%	32%	41%	28%	20%		24%	27%	29%	31%								
... Non, jamais	41%	41%	41%	25%	43%	31%		39%	57%	35%	50%								
(Ne sait pas)	3%	3%	2%	7%	1%	8%		0%	6%	0%	0%								
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces dernières années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise a dû abandonner un produit ou service qui s'avérait ne pas correspondre aux attentes du marché ?																			
ST OUI	19%	18%	22%	38%	12%	19%		20%	7%	31%	42%								
... OUI souvent	1%	0%	4%	4%	1%	1%		0%	0%	3%	1%								
... OUI, de temps en temps	19%	18%	19%	34%	11%	19%		20%	7%	28%	41%								
ST NON	80%	81%	77%	58%	87%	+	80%	80%	93%	++	69%	50%							
... Non, rarement	20%	19%	28%	30%	12%	27%		18%	40%	32%	14%								
... Non, jamais	60%	62%	+	49%	28%	75%	+++	53%	62%	52%	37%								
(Ne sait pas)	1%	1%	1%	4%	0%	1%		0%	0%	0%	8%								
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces dernières années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise a mené une politique tarifaire inadaptée face à la concurrence et/ou aux attentes du marché ?																			
ST OUI	21%	21%	25%	28%	20%	26%		20%	10%	12%	32%								
... OUI souvent	8%	9%	4%	10%	8%	16%		6%	0%	7%	6%								
... OUI, de temps en temps	13%	12%	21%	19%	12%	10%		14%	10%	5%	26%								
ST NON	78%	79%	74%	72%	79%	74%		80%	90%	88%	67%								
... Non, rarement	22%	20%	32%	43%	14%	36%	++	17%	22%	48%	18%								
... Non, jamais	56%	59%	++	42%	29%	65%	--	63%	67%	40%	49%								
(Ne sait pas)	0%	0%	1%	0%	0%	0%		0%	0%	0%	1%								

Performances : contreperformances

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillage textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base Brute	300	67		203		30		82		62		63		25		27		41	
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces derniers années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise a négligé ou insuffisamment exploité une cible de clientèle pourtant potentiellement lucrative ?																			
ST Oui	38%	39%		32%		28%		30%		51%	++	31%		38%		55%		44%	
Oui souvent	7%	7%		5%		6%		9%		1%		6%		6%		3%		17%	
Oui, de temps en temps	31%	32%		27%		21%		21%	--	51%	+++	25%		32%		52%		28%	
ST Non	61%	60%		65%		66%		68%		48%		69%		62%		45%		50%	
Non, rarement	26%	25%		34%		41%		27%		27%		31%		29%		13%		7%	
Non, jamais	35%	36%		31%		25%		41%		21%	--	38%		34%		32%		43%	
(Ne sait pas)	1%	1%		3%		6%		1%		1%		0%		0%		0%		5%	
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces derniers années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise a décidé de cibler une clientèle qui s'est avérée commercialement infructueuse ?																			
ST Oui	24%	24%		20%		32%		18%		27%		28%		7%		49%		24%	
Oui souvent	5%	5%		3%		5%		7%		1%		6%		1%		2%		6%	
Oui, de temps en temps	19%	19%		17%		27%		11%		26%		22%		6%		48%		18%	
ST Non	74%	74%		79%		68%		74%		73%		72%		93%	+++	51%		76%	
Non, rarement	31%	30%		34%		30%		36%		19%	--	38%		32%		9%		28%	
Non, jamais	43%	43%		45%		37%		39%		54%		34%		61%		41%		48%	
(Ne sait pas)	2%	2%		1%		0%		7%		0%		0%		0%		0%		0%	
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces derniers années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise n'est pas parvenue à éviter l'érosion de son parc de clients ?																			
ST Oui	32%	32%		30%		37%		21%	--	51%	+++	35%		27%		10%		24%	
Oui souvent	4%	3%		7%		7%		1%		2%		7%		0%		2%		8%	
Oui, de temps en temps	29%	29%		23%		31%		20%		50%	+++	29%		27%		8%		16%	
ST Non	63%	62%		68%		63%		72%	+	48%		56%		67%		90%		76%	
Non, rarement	25%	24%		33%		25%		28%		27%		12%	--	37%		36%		41%	
Non, jamais	38%	38%		35%		38%		44%		22%	--	44%		31%		54%		35%	
(Ne sait pas)	5%	6%		2%		0%		7%		0%		9%		6%		0%		0%	
Q13 Diriez-vous en toute sincérité qu'au cours de ces derniers années, votre entreprise s'est retrouvée dans l'une des situations suivantes ?																			
Votre entreprise a mené un plan de promotion et de communication dont les résultats ont été décevants ?																			
ST Oui	40%	43%	++	22%	--	25%		34%		50%		46%		20%	--	15%		42%	
Oui souvent	2%	2%		3%		3%		1%		0%		1%		6%		0%		14%	
Oui, de temps en temps	38%	41%	++	20%	--	21%		34%		50%	+	46%		14%	--	15%		28%	
ST Non	57%	55%	--	75%	++	68%		58%		49%		54%		78%	++	85%		58%	
Non, rarement	21%	18%		33%		39%		23%		20%		12%	--	42%		43%		17%	
Non, jamais	37%	36%		42%		28%		35%		29%		42%		37%		42%		41%	
(Ne sait pas)	2%	2%		2%		8%		8%		1%		0%		1%		0%		0%	

Actions marketing : Investissements

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Base Brute	93	21		66		6		23		18		18		8		10		16		
Q11 Au cours des 12 derniers mois, votre entreprise a-t-elle investi dans chacune des actions suivantes ?																				
La création et/ou la visibilité de votre site Internet	66%	67%		58%		82%		65%		95%	+++	32%	---	86%		63%		67%		
Les médias sociaux (facebook, twitter...) et l'animation de communautés	22%	23%		17%		20%		2%	---	68%		0%		82%		25%		8%		
Les salons, foires, conférences et/ou d'autres événements professionnels	41%	41%		38%		86%		37%		70%	+++	5%	---	50%		56%		49%		
Des campagnes de marketing direct par téléprospection, courrier ou tractage	41%	44%		19%		31%		42%		68%	++	29%		38%		24%		6%		
Des campagnes de marketing direct par email, des coupons électroniques ou des newsletters	30%	30%		25%		82%		3%	---	94%		3%		38%		56%		10%		
Des campagnes de publicité sur Internet par liens sponsorisés, espaces dans les annuaires en ligne ou bannières publicitaires	20%	21%		12%		28%		1%		68%		2%		38%		28%		6%		
Des campagnes de publicité locales ou nationales dans les médias généralistes ou spécialisés (presse, affichage, radio, TV)	22%	21%		27%		52%		21%		47%		5%		4%		28%		6%		
Des actions de relation presse	20%	19%		27%		20%		2%		46%		4%		8%		54%		45%		
Des programmes de fidélisation de vos distributeurs et/ou de vos clients finaux	9%	9%		11%		0%		0%		23%		2%		38%		22%		5%		
Aucune	31%	33%		20%		0%		34%		2%		63%		10%		31%		26%		

Actions marketing : Profitabilité des investissements

Base utilisateurs	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																			
La création et/ou la visibilité de votre site Internet																			
ST Oui	75%	76%	66%	51%	58%		98%	+++	12%	100%	100%	93%							
Oui, tout à fait	25%	27%	11%	30%	0%		47%		0%	44%	51%	46%							
Oui, plutôt	49%	49%	54%	21%	58%		51%		12%	56%	49%	47%							
ST Non	25%	24%	34%	49%	42%		2%		88%	0%	0%	7%							
Non, pas tellement	25%	24%	34%	49%	42%		2%		88%	0%	0%	7%							
Non, pas du tout	0%	0%	0%	0%	0%		0%		0%	0%	0%	0%							
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																			
Les médias sociaux (facebook, twitter...) et l'animation de communautés																			
ST Oui	37%	36%	55%	0%	75%		34%		0%	100%	0%	17%							
Oui, tout à fait	26%	28%	17%	0%	44%		32%		0%	0%	0%	0%							
Oui, plutôt	11%	8%	38%	0%	31%		1%		0%	100%	0%	17%							
ST Non	63%	64%	45%	100%	25%		66%		0%	0%	100%	83%							
Non, pas tellement	62%	64%	34%	100%	25%		66%		0%	0%	87%	83%							
Non, pas du tout	1%	0%	11%	0%	0%		0%		0%	0%	13%	0%							
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																			
Les salons, foires, conférences et/ou d'autres événements professionnels																			
ST Oui	53%	50%	71%	60%	53%		34%		83%	100%	57%	91%							
Oui, tout à fait	19%	20%	7%	23%	0%		31%		35%	0%	51%	7%							
Oui, plutôt	34%	31%	64%	37%	53%		3%		48%	100%	6%	84%							
ST Non	47%	50%	29%	40%	47%		66%		17%	0%	43%	9%							
Non, pas tellement	44%	46%	29%	40%	47%		66%		17%	0%	4%	9%							
Non, pas du tout	3%	4%	0%	0%	0%		0%		0%	0%	38%	0%							
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																			
Des campagnes de marketing direct par téléprospection, courrier ou tractage																			
ST Oui	85%	87%	51%	100%	100%	++	66%		90%	100%	100%	79%							
Oui, tout à fait	4%	4%	8%	0%	0%		0%		0%	100%	10%	0%							
Oui, plutôt	81%	83%	44%	100%	100%	+++	66%		90%	0%	90%	79%							
ST Non	15%	13%	49%	0%	0%		34%		10%	0%	0%	21%							
Non, pas tellement	2%	0%	30%	0%	0%		0%		8%	0%	0%	21%							
Non, pas du tout	14%	13%	18%	0%	0%		34%		3%	0%	0%	0%							

Actions marketing : Profitabilité des investissements

Base utilisateurs	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																				
Des campagnes de marketing direct par email, des coupons électroniques ou des newsletters																				
ST Oui	74%	79%		44%		41%		29%		73%		25%		100%		100%		46%		
Oui, tout à fait	37%		40%		11%		24%		0%		48%	++	0%		0%		4%		33%	
Oui, plutôt	37%		39%		33%		17%		29%		25%	--	25%		100%		96%		13%	
ST Non	26%		21%		56%		59%		71%		27%		75%		0%		0%		54%	
Non, pas tellement	23%		21%		51%		22%		71%		26%		44%		0%		0%		31%	
Non, pas du tout	2%		0%		6%		37%		0%		1%		31%		0%		0%		23%	
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																				
Des campagnes de publicité sur Internet par liens sponsorisés, espaces dans les annuaires en ligne ou bannières publicitaires																				
ST Oui	62%		64%		38%		50%		0%		67%		0%		100%		24%		25%	
Oui, tout à fait	25%		27%		0%		0%		0%		32%		0%		0%		0%		0%	
Oui, plutôt	37%		37%		38%		50%		0%		34%		0%		100%		24%		25%	
ST Non	38%		36%		62%		50%		100%		33%		100%		0%		76%		75%	
Non, pas tellement	36%		36%		49%		0%		100%		33%		100%		0%		76%		0%	
Non, pas du tout	2%		0%		13%		50%		0%		0%		0%		0%		0%		75%	
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																				
Des campagnes de publicité locales ou nationales dans les médias généralistes ou spécialisés (presse, affichage, radio, TV)																				
ST Oui	60%		59%		62%		59%		94%		8%		40%		100%		88%		59%	
Oui, tout à fait	1%		0%		6%		0%		0%		0%		0%		100%		0%		0%	
Oui, plutôt	59%		59%		57%		59%		94%		8%		40%		0%		88%		59%	
ST Non	40%		41%		38%		41%		6%		92%		60%		0%		12%		41%	
Non, pas tellement	36%		41%		20%		0%		3%		92%		20%		0%		12%		0%	
Non, pas du tout	5%		0%		18%		41%		3%		0%		40%		0%		0%		41%	
Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.																				
Des actions de relation presse																				
ST Oui	77%		82%		44%		100%		58%		99%	++	0%		100%		57%		53%	
Oui, tout à fait	62%		71%	+	6%		100%		0%		97%		0%		0%		0%		50%	
Oui, plutôt	15%		11%		38%		0%		58%		1%		0%		100%		57%		3%	
ST Non	23%		18%		56%		0%		42%		1%		100%		0%		43%		47%	
Non, pas tellement	20%		18%		34%		0%		42%		1%		55%		0%		43%		40%	
Non, pas du tout	3%		0%		22%		0%		0%		0%		45%		0%		0%		7%	

Actions marketing : Profitabilité des investissements

Base utilisateurs	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif

Q12 Pour chaque investissement effectué au cours des 12 derniers mois, indiquez s'il a été très, assez, pas tellement ou pas du tout profitable pour votre entreprise.

Des programmes de fidélisation de vos distributeurs et/ou de vos clients finaux

ST Oui	85%	82%	100%	0%	0%	100%	100%	100%	0%	100%
Oui, tout à fait	20%	19%	23%	0%	0%	0%	34%	100%	0%	30%
Oui, plutôt	65%	63%	77%	0%	0%	100%	66%	0%	0%	70%
ST Non	15%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%
Non, pas tellement	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Non, pas du tout	15%	18%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	0%

Actions marketing : Mise en place d'indicateurs de performance

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base brute	93	21		66		6		23		18		18		8		10		16	
Q3I_1 La création et/ou la visibilité de votre site Internet																			
Oui	47%	48%		38%		51%		40%		70%	++	28%		82%		25%		50%	
Non	53%	52%		62%		49%		60%		30%	--	72%		18%		75%		50%	
Q3I_2 Les médias sociaux (facebook, twitter...) et l'animation de communautés																			
Oui	21%	23%		6%		20%		1%		66%		0%		78%		22%		7%	
Non	79%	77%		94%		80%		99%	+++	34%	--	100%	+++	22%		78%		93%	
Q3I_3 Les salons, foires, conférences et/ou d'autres événements professionnels																			
Oui	30%	29%		32%		86%		37%		26%		4%		46%		56%		49%	
Non	70%	71%		68%		14%		63%		74%		96%	+++	54%		44%		51%	
Q3I_4 Des campagnes de marketing direct par téléprospection, courrier ou tractage																			
Oui	22%	23%		17%		31%		19%		46%		3%		38%		24%		6%	
Non	78%	77%		83%		69%		81%		54%	--	97%	+++	62%		76%		94%	
Q3I_5 Des campagnes de marketing direct par email, des coupons électroniques ou des newsletters																			
Oui	23%	23%		16%		33%		2%	--	69%		1%		38%		51%		9%	
Non	77%	77%		84%		67%		98%	+++	31%	--	99%	+++	62%		49%		91%	
Q3I_6 Des campagnes de publicité sur Internet par liens sponsorisés, espaces dans les annuaires en ligne ou bannières publicitaires																			
Oui	14%	15%		7%		0%		0%		45%		2%		38%		25%		2%	
Non	86%	85%		93%		100%		100%	+++	55%	--	98%	++	62%		75%		98%	+
Q3I_7 Des campagnes de publicité locales ou nationales dans les médias généralistes ou spécialisés (presse, affichage, radio, TV)																			
Oui	10%	9%		19%		14%		19%		3%		4%		4%		22%		2%	
Non	90%	91%		81%		86%		81%		97%		96%		96%		78%		98%	
Q3I_8 Des actions de relation presse																			
Oui	12%	11%		17%		20%		1%		23%		2%		4%		25%		44%	
Non	88%	89%		83%		80%		99%	+++	77%		98%	+	96%		75%		56%	-
Q3I_9 Des programmes de fidélisation de vos distributeurs et/ou de vos clients finaux																			
Oui	9%	9%		9%		0%		0%		23%		2%		38%		22%		5%	
Non	91%	91%		91%		100%		100%	+++	77%		98%	+	62%		78%		95%	

Opinions sur le marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur												
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres		
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	
Base brute	193	104		80		9		42		40		33		34		16		28		
Q14 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?																				
Dans votre entreprise, vous fonctionnez à l'instinct, en faisant principalement confiance à votre intuition																				
ST Oui	63%	63%	59%	73%	53%	--	67%	67%	70%	47%	75%									
Oui, tout à fait	29%	30%	15%	0%	20%	--	44%	+++	19%	--	30%	30%	40%							
Oui, plutôt	34%	33%	44%	73%	34%	--	23%	--	48%	++	40%	18%	35%							
ST Non	37%	37%	41%	27%	47%	++	33%	33%	30%	53%	25%									
Non, pas tellement	24%	24%	31%	27%	36%	+++	19%	20%	15%	28%	13%									
Non, pas du tout	13%	13%	10%	0%	11%	--	14%	13%	15%	25%	12%									
Q14 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?																				
Dans votre entreprise, vous travaillez le plus souvent dans l'urgence, sous la pression du quotidien																				
ST Oui	57%	57%	65%	71%	66%	++	60%	52%	48%	34%	50%									
Oui, tout à fait	16%	16%	20%	23%	12%	--	11%	19%	26%	17%	26%									
Oui, plutôt	41%	41%	45%	48%	54%	+++	49%	33%	22%	--	18%	23%								
ST Non	43%	43%	35%	29%	34%	--	40%	48%	52%	66%	50%									
Non, pas tellement	27%	27%	27%	19%	25%	--	16%	29%	46%	++	31%	43%								
Non, pas du tout	15%	16%	8%	11%	9%	--	24%	++	19%	6%	34%	7%								
Q14 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes ?																				
Dans votre entreprise, vous procédez par tâtonnements, par essais successifs avec les moyens du bord																				
ST Oui	43%	42%	47%	81%	29%	---	51%	39%	55%	31%	68%	++								
Oui, tout à fait	17%	17%	8%	21%	5%	---	22%	19%	32%	+	16%	25%								
Oui, plutôt	26%	25%	38%	60%	25%	--	28%	20%	23%	--	15%	44%	+							
ST Non	57%	58%	53%	19%	71%	+++	49%	61%	45%	69%	32%	--								
Non, pas tellement	31%	31%	35%	8%	44%	+++	14%	38%	26%	41%	19%	--								
Non, pas du tout	26%	27%	19%	11%	27%	--	35%	+	23%	20%	12%	--								
Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?																				
Le marketing ne nous apporte pas l'efficacité attendue																				
ST Oui	46%	46%	51%	34%	36%	--	43%	67%	+++	53%	28%	48%								
Oui, tout à fait	18%	18%	19%	0%	9%	---	13%	26%	31%	+	15%	32%								
Oui, plutôt	29%	28%	33%	34%	26%	--	30%	41%	++	22%	13%	16%								
ST Non	54%	54%	49%	66%	64%	++	57%	33%	---	47%	72%	52%								
Non, pas tellement	39%	39%	31%	66%	51%	+++	35%	32%	28%	43%	34%	--								
Non, pas du tout	15%	15%	17%	0%	13%	--	22%	+	1%	---	19%	18%								

Opinions sur le marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base brute	193	104		80		9		42		40		33		34		16		28	
Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?																			
Le marketing ne correspond pas à notre métier et à nos méthodes																			
ST Oui	53%	53%	47%	25%	36%	---	54%	---	73%	+++	60%	41%	58%						
Oui, tout à fait	23%	23%	19%	10%	21%	---	12%	---	41%	+++	23%	13%	24%						
Oui, plutôt	30%	30%	28%	14%	15%	---	42%	++	32%	---	37%	27%	33%						
ST Non	47%	47%	53%	75%	64%	+++	46%	---	27%	---	40%	59%	42%						
Non, pas tellement	30%	30%	33%	42%	45%	+++	23%	---	27%	---	18%	30%	17%						
Non, pas du tout	17%	17%	20%	33%	19%	---	23%	---	0%	---	21%	29%	25%						
Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?																			
Le marketing ne nous permet pas de réduire ou maîtriser les risques																			
ST Oui	40%	39%	61%	35%	40%	---	49%	+	21%	---	46%	16%	60%						
Oui, tout à fait	14%	14%	17%	0%	15%	---	11%	---	7%	---	22%	4%	27%						
Oui, plutôt	26%	26%	44%	35%	26%	---	38%	++	13%	---	23%	12%	34%						
ST Non	60%	61%	39%	65%	60%	---	51%	---	79%	+++	54%	84%	40%						
Non, pas tellement	39%	39%	29%	40%	37%	---	29%	---	66%	+++	30%	44%	15%						
Non, pas du tout	21%	22%	10%	25%	22%	---	22%	---	13%	---	24%	40%	24%						
Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?																			
Le marketing n'est pas compatible avec notre culture d'entreprise																			
ST Oui	42%	42%	38%	14%	39%	---	32%	---	66%	+++	41%	30%	32%						
Oui, tout à fait	12%	12%	13%	0%	0%	---	10%	---	26%	+++	27%	2%	14%						
Oui, plutôt	30%	30%	25%	14%	39%	++	23%	---	40%	+	14%	---	18%						
ST Non	58%	58%	62%	86%	61%	---	68%	++	34%	---	59%	70%	68%						
Non, pas tellement	34%	33%	42%	40%	36%	---	30%	---	27%	---	43%	44%	36%						
Non, pas du tout	24%	24%	20%	45%	25%	---	38%	+++	7%	---	17%	26%	32%						
Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?																			
Le marketing n'est pas adapté aux savoir-faire de nos collaborateurs																			
ST Oui	33%	32%	46%	14%	25%	---	28%	---	54%	+++	30%	31%	31%						
Oui, tout à fait	14%	14%	14%	14%	4%	---	18%	---	20%	---	20%	17%	12%						
Oui, plutôt	19%	18%	32%	0%	20%	---	10%	---	34%	+++	11%	14%	19%						
ST Non	67%	68%	54%	86%	75%	++	72%	---	46%	---	70%	69%	69%						
Non, pas tellement	37%	37%	36%	74%	41%	---	41%	---	33%	---	36%	43%	14%						
Non, pas du tout	30%	31%	18%	12%	34%	---	32%	---	13%	---	33%	27%	55%						

Opinions sur le marketing

	Total	Taille de l'entreprise						Secteur											
		0 à 9 salariés		10 à 49 salariés		50 à 249 salariés		Imprimerie - Papeterie		Habillement textile		Meubles		Horlogerie Bijouterie		Appareil électrique et électroménager		Autres	
		%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif	%V	Signif
Base brute	193	104		80		9		42		40		33		34		16		28	

Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?

Le marketing n'est pas abordable en termes de ressources et de moyens requis

ST Oui	56%	56%	54%	62%	46%	--	59%	65%	53%	43%	68%
Oui, tout à fait	23%	23%	25%	10%	15%	--	23%	39%	+++	19%	17%
Oui, plutôt	33%	33%	30%	52%	31%		36%	26%		34%	51%
ST Non	44%	44%	46%	38%	54%	++	41%	35%		47%	32%
Non, pas tellement	27%	27%	31%	30%	33%		19%	--	35%	23%	13%
Non, pas du tout	18%	18%	15%	8%	21%		23%	0%	---	24%	19%

Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?

Le marketing n'est pas conforme à notre éthique professionnelle

ST Oui	29%	29%	29%	25%	23%	-	17%	53%	+++	33%	43%	27%
Oui, tout à fait	10%	10%	13%	14%	5%	--	11%	13%		15%	3%	19%
Oui, plutôt	19%	19%	15%	10%	18%		5%	41%	+++	19%	40%	8%
ST Non	71%	71%	71%	75%	77%	+	83%	47%	---	67%	57%	73%
Non, pas tellement	42%	42%	45%	44%	45%		41%	46%		40%	20%	32%
Non, pas du tout	29%	29%	26%	31%	32%		42%	1%	---	27%	37%	41%

Q15 Etes-vous d'accord ou pas avec chacune des affirmations suivantes concernant le Marketing ?

Le marketing ne s'applique pas à la dimension restreinte de notre marché

ST Oui	48%	48%	60%	50%	40%	-	35%	80%	+++	50%	46%	45%
Oui, tout à fait	24%	24%	23%	14%	17%	--	13%	47%	+++	24%	20%	30%
Oui, plutôt	24%	24%	37%	36%	24%		21%	32%		27%	26%	14%
ST Non	52%	52%	40%	50%	60%	+	65%	20%	---	50%	54%	55%
Non, pas tellement	32%	33%	23%	31%	50%	+++	23%	20%	--	34%	29%	23%
Non, pas du tout	19%	20%	17%	19%	10%	---	42%	0%	---	15%	26%	32%

Annexe
Notice
méthodologique

9 grands secteurs de l'Industrie Manufacturière étudiés

- Art de la table
- Articles de sport
- Chaussure - Tannerie
- Meubles
- Horlogerie Bijouterie
- Appareil électrique et électroménager
- Imprimerie-Papeterie
- Jouets
- Habillement textile

Echantillon interrogé

- Interrogation par téléphone de 400 entreprises françaises appartenant aux 9 secteurs retenus.
- Réponses de 92 entreprises par questionnaire en ligne sur des demandes complémentaires.

Personne interviewée

Le questionnaire a été administré auprès de « responsables » les plus au fait des pratiques et de la problématique du marketing au sein de l'entreprise.

- Dans les entreprises < 10 salariés, interrogation du Dirigeant, du patron.
- Dans les entreprises de plus de 10 salariés, interrogation, en priorité du Directeur Marketing ou de la personne faisant office de responsable marketing, voire du Dirigeant, du patron.

Date terrain

Réalisation de l'enquête entre le 5 et le 14 novembre 2012.

400 interviews

300 Questionnaires longs :
(15 minutes)

Administrés aux entreprises

De plus de 3 salariés

ou

Affectant des ressources internes au marketing

ou

Utilisant des ressources externe au marketing

100 Questionnaires courts :
(5 minutes)

Administrés aux entreprises :

De 0 à 3 salariés

et

N'affectant aucune ressources internes au marketing

et

N'Utilisant pas des ressources externe au marketing

.....
Questionnaire téléphonique comportant pour cette cible quelques unes des questions posées en ligne dans les questionnaires longs

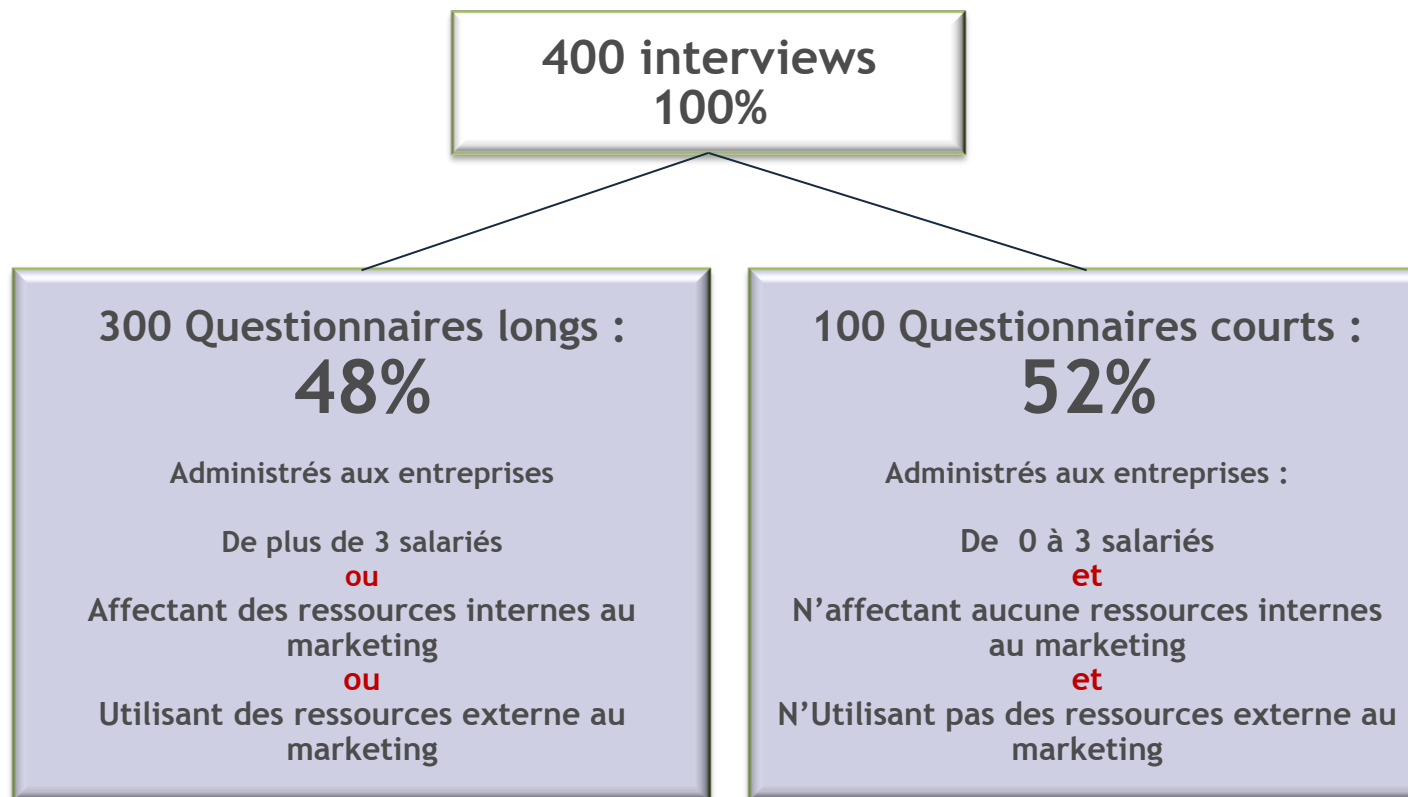
Envoi d'un mail d'invitation à répondre à la phase web

92 Questionnaires :
(5 minutes)

Taux de réponse = 31%

1. PHASE TÉLÉPHONIQUE

2. PHASE WEB



(Unité = nombre d'entreprises)

Structure de l'univers 53 633 entreprises (Source Insee janvier 2011)

UNIVERS

TOTAL	
Taille d'entreprise	0 à 9 sal
	10 à 49 sal
	50 à 249 sal
Région	Région Parisienne
	Nord Ouest
	Nord Est
	Sud Ouest
	Sud Est
Secteur	Imprimerie - Papeterie
	Habillement textile
	Meubles
	Horlogerie Bijouterie
	Appareil électrique et électroménager
	Art de la table
	Chaussure - Tannerie
	Fabrication d'articles de sport
	Fabrication de jeux et jouets

TOTAL		0 à 9 sal		10 à 249 sal	
Eff.	%V	Eff.	%V	Eff.	%V
53633	100%	49370	100%	4263	100%

49370	92%	49370	100%		0%
3462	6%		0%	3462	81%
801	1%		0%	801	19%

14084	26%	13221	27%	863	20%
10224	19%	9126	18%	1098	26%
8396	16%	7468	15%	928	22%
6275	12%	5808	12%	467	11%
14654	27%	13747	28%	907	21%

15360	29%	13788	28%	1572	37%
13348	25%	12362	25%	986	23%
12958	24%	12165	25%	793	19%
6320	12%	6158	12%	162	4%
1507	3%	1139	2%	368	9%
2544	5%	2405	5%	139	3%
507	1%	360	1%	147	3%
479	1%	418	1%	61	1%
610	1%	575	1%	35	1%

Structure brute de l'échantillon interrogé 400 interviews

ECHANTILLON BRUT



TOTAL		0 à 9 sal		10 à 249 sal	
Eff.	%V	Eff.	%V	Eff.	%V
400	100%	150	100%	250	100%

150	38%	150	100%		0%
217	54%		0%	217	87%
33	8%		0%	33	13%

77	19%	37	25%	40	16%
102	26%	28	19%	74	30%
78	20%	22	15%	56	22%
57	14%	20	13%	37	15%
86	22%	43	29%	43	17%

101	25%	26	17%	75	30%
84	21%	27	18%	57	23%
78	20%	26	17%	52	21%
51	13%	38	25%	13	5%
33	8%	7	5%	26	10%
24	6%	15	10%	9	4%
11	3%	3	2%	8	3%
9	2%	2	1%	7	3%
9	2%	6	4%	3	1%

Les écarts significatifs entre les résultats obtenus par cibles sont représentés de la façon suivante :

-  écart significativement supérieur par rapport à l'ensemble
-  écart significativement inférieur par rapport à l'ensemble

Nombre d'interviews	Résultats				
	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
400	2,9%	3,9%	4,5%	4,8%	4,9%
250	3,7%	5,0%	5,7%	6,1%	6,2%
150	4,8%	6,4%	7,3%	7,8%	8,0%
100	5,9%	7,8%	9,0%	9,6%	9,8%
50	8,3%	11,1%	12,7%	13,6%	13,9%

Exemple de lecture : Pour un échantillon de 100 personnes, si 50% des personnes interrogées déclarent avoir l'intention de souscrire à une offre, l'intervalle de confiance est de 9.8, c'est-à-dire qu'il y a 95% de chances que cette intention soit comprise entre 40.2% et 59.8% pour cette population étudiée.

Etude réalisée par :



Didier Chassaing
Camille Ramin
Philippe Massiera

didier.chassaing@mondirecteurmarketing.com

camille.ramin@mondirecteurmarketing.com

pmassiera@hotmail.com

<http://www.mondirecteurmarketing.com>



Jean-Marceau Caupert
Benoît Parraud

jmcaupert@h2o-france.com

bparraud@h2o-france.com

<http://www.h2o-france.com>