

CREATIVE
WORKS

CREATIVE WORKS

32, rue de Chazelles
75017 Paris
Tél. : 01 43 80 05 30
E-mail : aldo.nonis@creativeworks.fr
Web : www.creativeworks.fr

Innovation ■

Etudes BtoB ■

Equipe



Aldo NONIS
Président
Diplômé en Psycho-
sociologie, Sorbonne.
Fondateur et Président
de Creative Works.
Co-fondateur de
Qualitative Village.



Pierre BATTON
**Directeur d'Etudes
partenaire**
EM Lyon
Chambre de
Commerce Franco
Britannique.
20 ans d'expérience



Fabienne SILVESTRE
**Directrice d'Etudes
partenaire**
ICN Marketing
DESS Conseil éditorial
et Gestion des
connaissances
numérisées.
15 ans d'expérience



Gilles THUILLOT
**Directeur d'Etudes
partenaire**
Sciences Po Paris
DESS Langues
Etrangères.
20 ans d'expérience



Laurent MARTIN
**Directeur d'Etudes
partenaire**
DESS IAE Paris
Maîtrise
d'Esthétique/Art
et communication.
20 ans d'expérience



Christine BUQUEN
**Consultante en
communication,
rédactrice**
Institut Français de
Presse, Sciences
politiques Paris II
20 d'expérience

*Pour gagner en
efficacité, votre
consultant est votre
interlocuteur du début
à la fin de la mission.*

Contact

Aldo NONIS
Président
Tél. : 06 09 16 67 64
aldo.nonis@creativeworks.fr

Structure

Forme juridique : SAS
créée en 2001 au capital de
150 000 €

Effectif permanent :
6 personnes

Membre de : Esomar

Implantations et réseaux :
France : Paris (75)
Etranger : Correspondants
en Europe, Amérique du
Nord et du Sud, Asie.

Répartition du CA

15 % International

85 % France

70 % Grand Public

30 % B to B

80 % Quali

20 % Quanti

Compétences

■ Approche

**Une approche créative des études
qualitatives au service des entreprises
innovantes.**

- Créative dans l'élaboration des **méthodologies** permettant de répondre dans le cadre des objectifs, des délais et des budgets des clients,
- Créative dans la **présentation des résultats** : au-delà du constat, la mise en exergue des potentialités et des opportunités pour la marque, le produit ou l'institution,
- Créative dans la **recherche de solutions et de produits nouveaux, de nouvelles réponses** aux insights consommateurs, de nouveaux axes de communication dans un travail en co-génération client/agence/institut.

■ Types d'intervention

**Réalisation d'études qualitatives
La marque**

- Etudes d'image, de territoire et de potentialité des marques,
- Analyse des contenus des communications des marques,
- Recherche créative de nouveaux codes et contenus des marques,
- Création de plate-forme de positionnement,
- Création de noms de marque et d'appellations produits / services.

Le produit

- Recherche et analyse d'insights consommateurs,
- Screening de concepts,
- Ateliers créatifs (annonceur /institut) pour la création de concepts de nouveaux produits,
- Evaluation et optimisation de concepts,
- Evaluation et optimisation de packaging,
- Etude de cohérence du mix marketing,
- Observation ethnologique d'utilisation de produits,
- Tests de collections (vêtements et accessoires).

La communication

- Pré-tests dynamiques de projets et maquettes de communications (logos, concepts, synopsis, TV, radio, internet et print),
- Test des communications digitales et dispositifs 360
- Ateliers créatifs (annonceur/agence/institut) pour le développement ou la création de contenus de communication
- Conception-rédaction de documents commerciaux et institutionnels.

Les études spécialisées

- Etudes éditoriales : print et web,
- Etudes ergonomiques.

La distribution

- Recherche et évaluation d'argumentaires,
- Tests de catalogues, mailing et tracts,
- Etudes sur la relation et satisfaction client,
- Etudes de l'implantation des rayons et de la signalétique,

- Etudes créatives pour la conception et l'optimisation d'espaces de vente.

Les études institutionnelles

- Analyse du discours institutionnel et de ses supports,
- Bilan éthique.

La formation

- Formation aux attitudes et techniques qui favorisent la créativité,
- Team building créatif.

Les études quantitatives

Lorsque la réponse aux objectifs du client implique une quantification, elle est réalisée, sous notre direction, par un partenaire spécialisé.

Spécial Agences de communication :
le Flash Test et l'Ampli Créatif

- tester ultra rapidement vos propositions créatives,
- ajuster un story-board en cours de finalisation,
- alimenter votre réflexion sur la marque ou sur un nouveau produit à partir des attitudes et comportements des clients.

Spécial Internet : le Web Diagnostic
Test qualitatif d'évaluation pour
l'optimisation de vos communications
digitales et sites web

- s'assurer que vos contenus et navigations répondent efficacement aux attentes,
- analyser et faire évoluer vos contenus pour enrichir l'image de votre entreprise, marques et produits,
- intégrer au mieux vos outils digitaux dans votre dispositif éditorial global.

■ Moyens

- Salles de groupes avec glaces sans tain
- Linéaires reconstitués
- Installations pour les études on-line
- Traduction simultanée, web streaming,
- Montages vidéo des groupes et entretiens,
- Langues : anglais, allemand, espagnol, italien.

■ Références

Agirc et Arrco, Agro Stratégies & Prospectives, Atos Worldline, Auchan, Audition Mutualiste, AXA Assistance, Bayer, BETC, BNF, Caisse d'Epargne, Chez Clément, CLCV, Colgate, COMEXPO, Coty Prestige, Crédit Agricole, Crédit Agricole Immobilier, Danone, Ecole des Mines, EDF, Eurotoll, Fagor, Fiat, Forma Dis, Francine, Franco Suisse, Harmonie Mutuelle, IFCAM, Initial Rentokil, Jennyfer, Kaufman&Broad, Kiabi, Kuoni, Lactalis, La Mutuelle Générale, LeLynx.fr, L'Olivier, Maaf, Mercedes-Benz, Mc Donald's, Monsieur Meuble, Nestlé, Nike, Nutrimer, OCP, Promogim, Région Centre, Région Ile-de-France, Renault DIAC, Roche Vitamins, Saunier-Duval, Val Thorens.