**PERCEPTION DE LA MARQUE**

**MODÈLE D’ENQUÊTE**

ENQUÊTE SUR LA PERCEPTION DE LA MARQUE

NOM DU RESPONSABLE DE LA MARQUE

RESPONSABLE DE LA MARQUE

00/00/0000

|  |
| --- |
| ENQUÊTE SUR LA MARQUE |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 1. | À quel point êtes-vous familier avec la marque ? | PAS DU TOUT | TRÈS PEU | UN PEU | FAMILIER | TRÈS FAMILIER |   |
|   |  |  |  |  |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2. | Quelle est la probabilité que vous nous recommandiez à vos amis ou à votre famille ? | Échelle de 1 à 10 |   | 3. | Comment avez-vous entendu parler de nous ?  | Famille ou ami |  |   |
|   |  |   |   | Recherche en ligne |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   | Magazine, blog ou autres médias |  |   |
| 4. | Quelle confiance accordez-vous à notre marque ?  | Échelle de 1 à 10 |   |   |   |   | Réseaux sociaux |  |   |
|   |  |   |   | AutresVeuillez indiquer |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 5. | Quels mots décrivent le mieux notre marque ? Choisissez-en 3 au maximum. | Ludique |  | Non conventionnelle |  |   |
|   | Innovante |  | Raffinée |  | Amicale |  |   |
|   | Unique |  | Exceptionnelle |  | Fiable |  |   |
|   | Décontractée |   | Rebelle |  | Classique |  |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 6. | Depuis que vous avez pris connaissance de notre marque, votre perception en a-t-elle changé ? |   |   |   | 7. | Quelle marque vous vient à l’esprit quand vous pensez (nom du produit) ? |   |
|   |   |   |   |   |   |
|   | OUI |   |   |   |  |   |
|   | NON |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   | Merci d’avoir pris le temps de répondre à cette enquête. |   |
|   |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations proposés par Smartsheet sur le site web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |