

RESULTATS D'ENQUETE DE NOTORIETE

Juin 2008

« Le Groupe Frayssinet mène depuis plusieurs années une politique d'amélioration de ses services à destination de ses clients, en concentrant ses efforts sur la satisfaction, la réactivité, la qualité. Il vient de passer son audit de renouvellement AFAQ-AFNOR avec succès. Dans la gestion de la qualité, l'enquête de satisfaction occupe une place importante. Dans ce contexte, nous menons chaque année une enquête afin de connaître les ressentis de nos clients.

Les résultats de l'enquête de notoriété 2008 sont très encourageants, certains commentaires ou suggestions relevés nous permettent de soulever des pistes d'amélioration pour l'avenir.

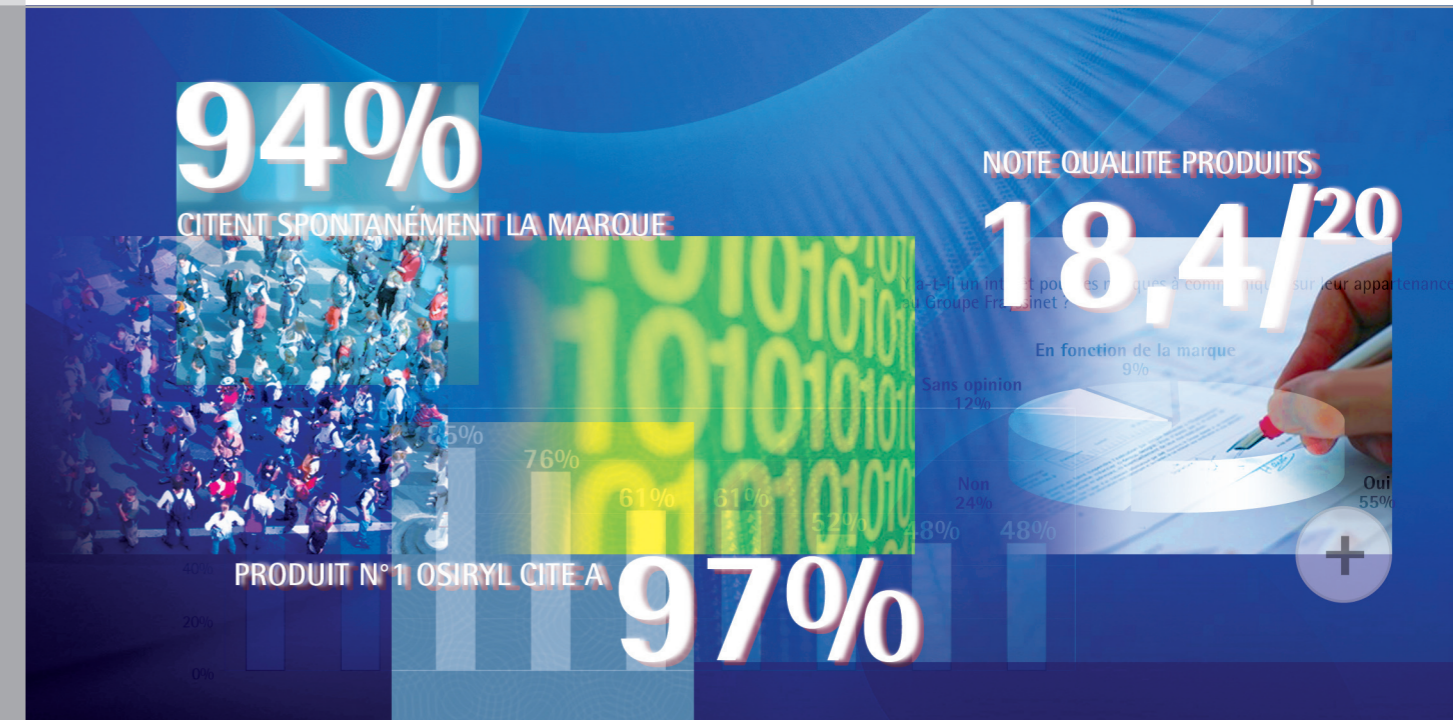
Nos pistes d'améliorations à partir de 2008-2009 :

- Sécuriser les achats
- Rendre la formation agronomique de nos "ambassadeurs" encore plus professionnelle
- Créer un nouvel environnement de travail pour le pôle R&D intégré au laboratoire
- Développer la communication du Groupe et la notoriété de ses filiales avec l'outil internet.

Merci de votre confiance. Bien cordialement. »

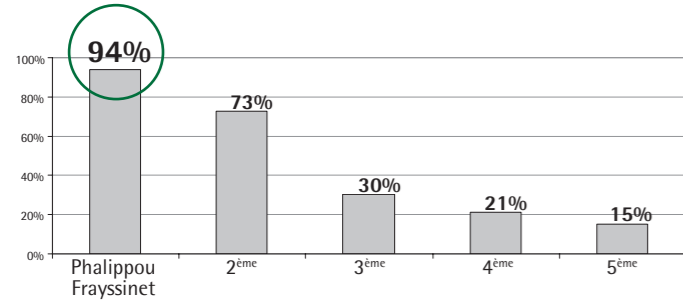
Luc FRAYSSINET

Thierry FRAYSSINET

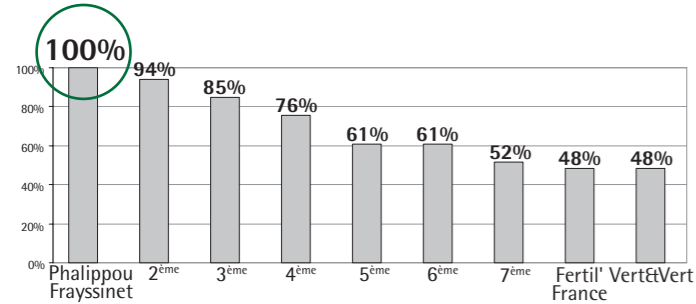


«Les matières premières de qualité font des produits de qualité»

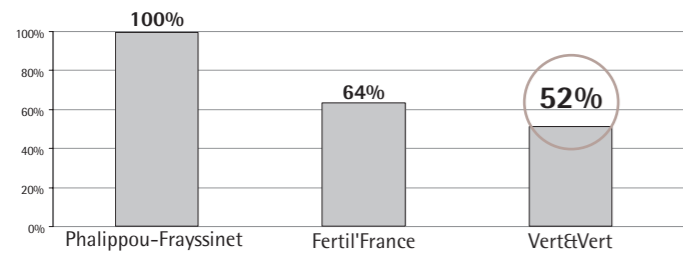
Pouvez-vous citer les fabricants de fertilisant organiques que vous connaissez ?



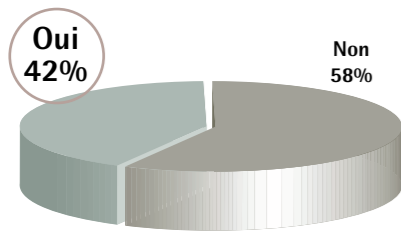
Parmi cette liste quels fabricants de fertilisants organiques connaissez-vous ?



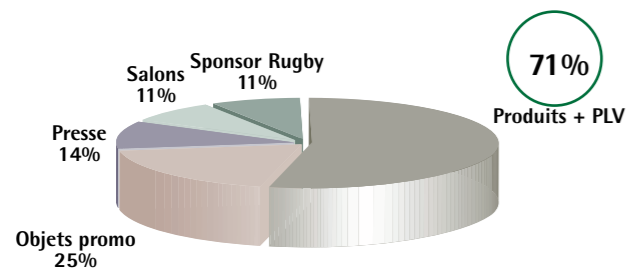
Associez-vous les marques suivantes au Groupe Frayssinet ?



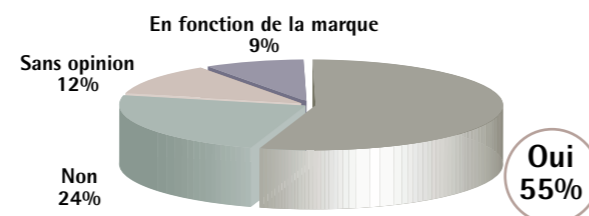
Avez-vous déjà vu le logo du Groupe Frayssinet ?



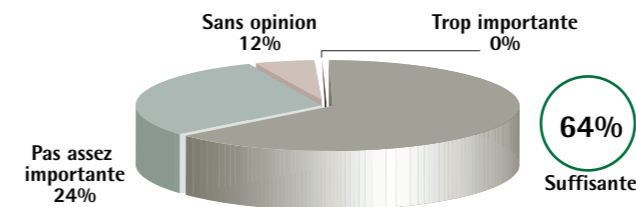
Où avez-vous déjà vu le logo du Groupe Frayssinet ?



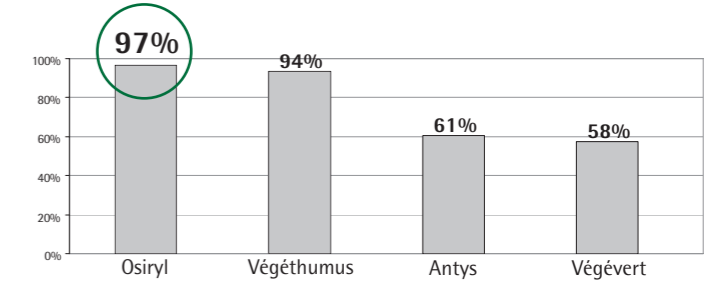
Y a-t-il un intérêt pour les marques à communiquer sur leur appartenance au Groupe Frayssinet ?



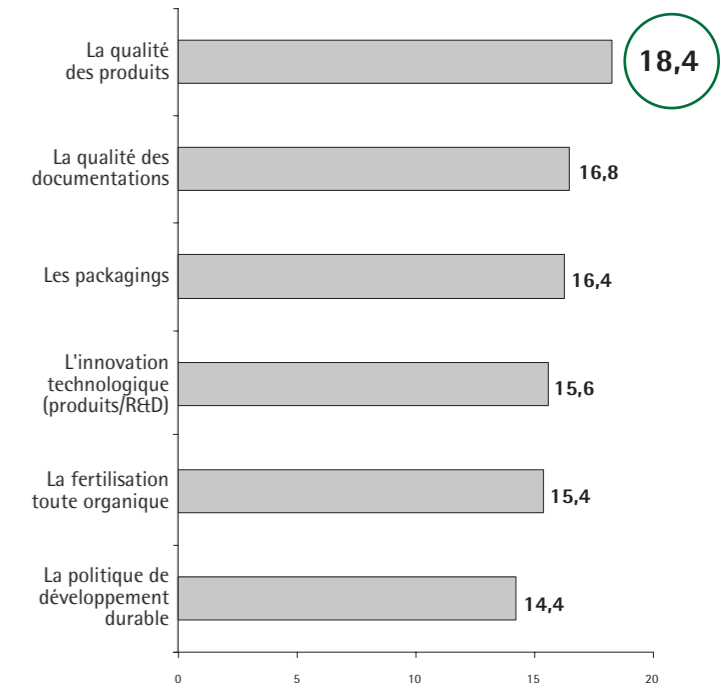
Comment estimez-vous la communication du Groupe Frayssinet cette année ?



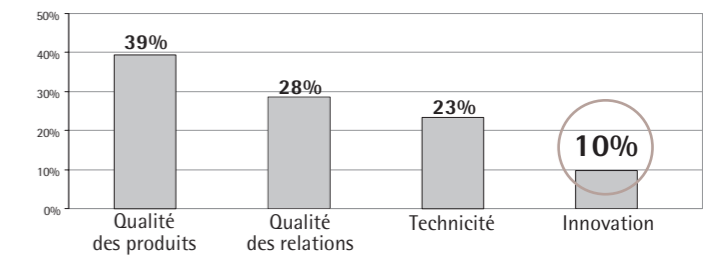
Pouvez-vous me dire si ces produits appartiennent au Groupe Frayssinet ?



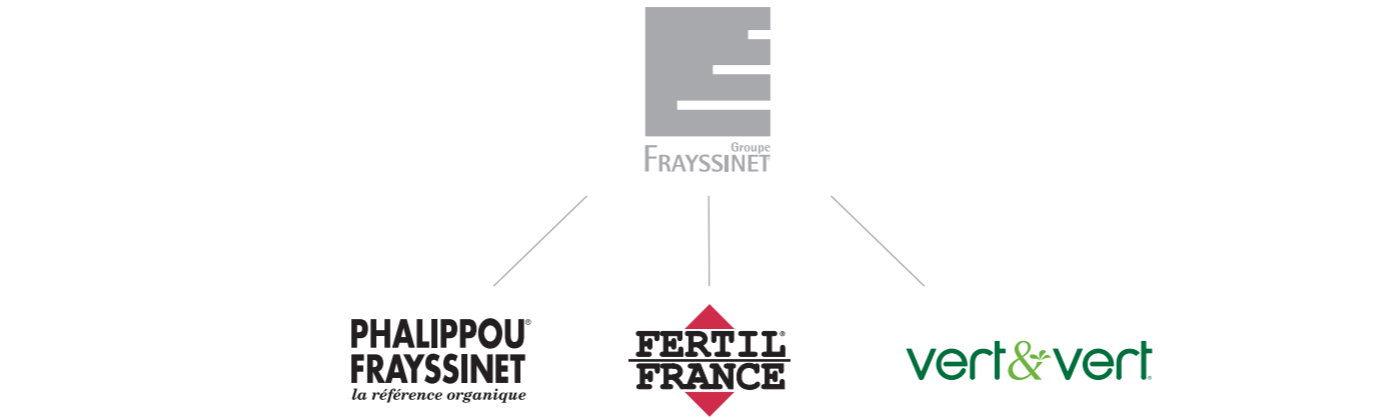
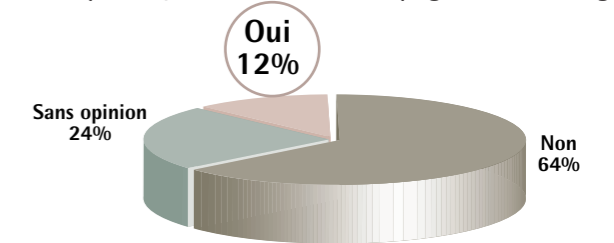
Quelle note sur 20 attribuez-vous à ces caractéristiques ?



Lors du classement de 1 à 4 des qualificatifs de reconnaissance du Groupe Frayssinet, ont été cités en n°1



Remarquez-vous une augmentation des ventes de produits du Groupe Frayssinet lors des campagnes d'affichage ?



Le Groupe Frayssinet a été créé en mars 2007 afin de regrouper ses différentes activités, poursuivre une évolution cohérente, favoriser de nouvelles acquisitions, se développer à l'export et créer une synergie des savoir-faire entre les différentes entités. Nous avons réalisé cette enquête afin d'évaluer la notoriété du Groupe un an après sa création, auprès d'acheteurs du marché, de professionnels du monde agricole et de spécialistes des Espaces Verts. Avec un taux de réponse de 76,74%, nous tenons à vous remercier pour votre disponibilité. Les résultats obtenus nous ont permis de soulever des pistes d'amélioration.

RESULTATS

- 52% associent Vert&Vert au Groupe Frayssinet
- 42% se souviennent du logo du Groupe Frayssinet
- 55% voient un intérêt à communiquer sur le Groupe
- 12% jugent les campagnes d'affichages efficaces
- 10% classent l'innovation comme qualificatif n°1 du Groupe

- + 94% citent spontanément Phalippou-Frayssinet
- + 100% connaissent la marque Phalippou-Frayssinet
- + 71% mémorisent le logo sur les produits et les PLV
- + 64% trouvent la communication suffisante
- + 18,4/20 attribué à la qualité des produits
- + 97% associent Osiry! au Groupe Frayssinet