

ON NE PEUT PLUS FAIRE AUTREMENT...

Prendre la mesure de la crise, c'est accepter l'accélération du changement et la déstabilisation comme nouvelle donne et s'en servir pour une gestion créative des contraintes et des ressources. C'est le moment ou jamais d'être curieux, de se remettre en question, d'exercer son esprit critique...



ON NE PEUT PLUS FAIRE AUTREMENT QUE DE FAIRE ... AUTREMENT !

Prendre la mesure de la crise, c'est accepter l'accélération du changement et la déstabilisation comme nouvelle donne et s'en servir pour une gestion créative des contraintes et des ressources. C'est le moment où jamais d'être curieux, de se remettre en question, d'exercer son esprit critique. L'investigation qualitative a pour valeur et utilité de produire du sens en mettant à jour et en perspective les moteurs et leviers fondamentaux des

comportements, les ressorts d'engagement et d'achat plus conjoncturels. Elle se doit d'être pragmatique et opérationnelle, en refusant le « prêt-à-penser », en refusant la standardisation, en adhérant à une démarche, un mode de pensée plus qu'à des outils, pour gagner en « intelligence de la situation », avec comme ambition d'agir d'abord en éclaireurs, auprès des marques, des entreprises et des institutions !



Maeva Chanchorle
Présidente Qualeia

Pascale Dor
Présidente ID View

Aldo Nonis
Président Creative Works

Julia Schäfer
Présidente In'Sens

Le Qualitative Village est une initiative unique, portée depuis 10 ans par des entrepreneurs praticiens des études qualitatives et créatives qui partagent des convictions fortes. Bien que nos sociétés soient indépendantes, nous associons nos réflexions et nos moyens pour faire progresser notre métier, sans l'industrialiser.

www.qualitative-village.com

QUALITATIVE VILLAGE

Le Qualitatif Autrement