



COMONGO

Aim straight / Viser juste

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate,
Grenoble, le 1^{er} juillet 2021

Contact presse :

Virginie DEBUISSON

+33 (0)6 10 80 06 52

vdebuissou@comongo.fr

Comongo annonce plusieurs nouveaux clients

L'utilité de sa solution d'analyse de perception et de ressenti, Comonimage, est reconnue par les décideurs dans cette période essentielle de relance.

Comongo a conçu Comonimage, une solution en ligne innovante qui permet de mener des études qualitatives de perception et de ressenti en ligne. La pandémie a accru le besoin des décideurs d'interroger leurs publics internes comme externes pour prendre des décisions pertinentes pour la relance de leurs activités et le retour au bureau de leurs salariés. Avec 14 nouveaux clients et 21 études commandées entre mars et juin, Comongo démontre que son innovation permet à ses clients de résoudre des problématiques complexes en utilisant la perception et le ressenti réels de leurs publics. Une véritable reconnaissance pour la startup iséroise, qui prévoit une accélération de ses activités, portée par la transformation numérique et un réel besoin des entreprises de questionner et d'écouter leur écosystème pour bâtir leurs plans de développement.

De nouveaux clients ont décidé d'utiliser Comonimage pour mener des études auprès de leurs clients, collaborateurs et partenaires.

Ces organisations ont des profils et des secteurs d'activités très différents, preuve que l'innovation mise au point par Comongo trouve son utilité sur un marché très vaste.

Parmi cette nouvelle clientèle, on retrouve aussi bien des acteurs d'envergure internationale que des PME, des TPE ou des associations. La typologie des sujets des études que l'on peut observer s'inscrit pleinement dans la perspective de la relance post crise du COVID19. Les entrepreneurs et décideurs se mettent à l'écoute de leurs collaborateurs, de leurs clients et de leurs prospects pour connaître leurs perceptions et leurs ressentis, et prendre des décisions pertinentes.

Parmi les problématiques soumises depuis le mois de mars, on note :

- **Un soin porté aux nouvelles organisations du travail** : de nombreux sujets d'études portent sur un questionnement à propos du retour au bureau et de l'organisation du télétravail.
- **Un besoin d'augmenter les ventes** : des études portant sur la perception de la proposition de valeur et l'offre pour les rendre claires et lisibles, pour qu'elles correspondent aux souhaits et attentes des consommateurs ou utilisateurs sont régulièrement conduites.
- **Un questionnement sur les messages et supports de communication ou de promotion** : ces études répondent à une volonté de sécurisation des investissements et à l'enjeu de produire le bon message aux bonnes personnes.
- **Une recherche d'impact positif et immédiat des actions engagées** : que ce soit sur des réalisations, des projets ou méthodes de travail, les décideurs cherchent à vérifier que les plans d'action et leurs décisions produisent un impact positif vis-à-vis de leurs cibles, dans le but de mesurer leur retour sur investissement.
- **Une nécessité de structurer l'image de marque** : dans le domaine des fusions acquisitions notamment, les décideurs souhaitent vérifier l'adéquation entre leur image souhaitée et leur image perçue. Ils cherchent à identifier les éventuelles attentes de leurs publics internes et externes.

Plus que jamais les perspectives de sortie de crise sont là, et les décideurs misent sur les études Comonimage pour viser juste quant à leurs plans d'actions, donner de la lisibilité à leur stratégie, et retrouver au plus vite les conditions de la pleine performance.

Pour Stéphane Labartino, CEO de Comongo : "En concevant Comonimage, nous avons l'ambition de mettre le potentiel des études qualitatives de perception et de ressenti à la portée de toute organisation grâce à un outil simple, accessible, qui puisse délivrer des indicateurs pertinents et fiables, et ainsi permettre de prendre des décisions éclairées rapidement.

Les distances créées par la pandémie entre ces organisations et leurs différents publics externes et internes ont accentué le besoin d'écouter pour décider, tout en accélérant le recours aux solutions en ligne. Augmenter ses ventes, améliorer son offre, tester l'impact de sa communication ou de son management et l'adapter sont des enjeux cruciaux pour la reprise de l'activité.

Avec le recours massif au télétravail, et aujourd'hui les questions liées au retour en présentiel, nous observons de plus en plus de demandes d'études pour mesurer les ressentis et attentes des équipes. Comonimage trouve progressivement sa place parmi les outils d'aide à la décision quelle que soit la typologie des organisations, et coopérer avec toujours plus de clients est la meilleure reconnaissance qui soit pour notre équipe."

Voici les nouveaux utilisateurs de Comonimage que Comongo est heureux de pouvoir annoncer. Ils s'ajoutent aux 40 clients historiques de l'entreprise :

ABMS Groupe (Bureau d'étude et conseil en ascenseurs) **ADEX** (Cabinet d'expertise comptable) **AGORI** (Cabinet d'expertise comptable) **ALADOM** (Plateforme de services à la personne) **ALEGRIA** (Conseil en Relations Humaines) **ANTINEA COURTAGES** (société de courtage en assurance de transport) **A.T.EAU** (Assistance technique dans le domaine de l'eau) **AZUR ADHESIFS** (imprimerie d'étiquettes adhésives) **BECTON DICKINSON France** (Dispositifs médicaux) **ELWIN** (Fintech) **FONCTION:SUPPORT** (Accompagnement au recrutement et en management des organisations) **GRDF** (Gaz Réseau Distribution France) **GROUPE STREIFF** (Génie Climatique) **HARDIS GROUP** (Prestations en Systèmes d'Information et Supply Chain) **LIVE SESSION** (Solutions de classes virtuelles et webinar) **RESEAU ENTREPRENDRE ISERE** (Accompagnement de créateurs d'entreprise)

En savoir plus : www.comongo.fr

Comongo, (SAS fondée et dirigée par Stéphane Labartino, au capital social de 20.490 €, dont le siège social est sis au 2 impasse 38450 Vif), a conçu Comonimage, une solution numérique d'études qualitatives de perception et de ressenti qui permet à toute organisation de s'affranchir des méthodes d'audit et de feed-back traditionnelles pour savoir avec précision ce que ses publics aiment, attendent ou ce qui les freine vis-à-vis d'un sujet. Que ce soit pour les ventes, la communication, les ressources humaines ou le positionnement marketing, Comonimage permet aux organisations de prendre les décisions que leurs publics attendent vraiment.