



Intitulé de la mission	Conception d'un modèle de valorisation du point d' « image globale »
Client	Gaz de France / Direction de la communication
Année de réalisation	2007 - 2008
Objectif / Problématique	
Etude et construction d'une méthodologie visant à mesurer dans le temps la valeur de la notoriété et de l'image de la marque enseigne Gaz de France	
Approche	
<ul style="list-style-type: none">- Définition d'un cadre d'analyse marketing décrivant la structure de l'image de marque et de ses composants, ainsi que ses facteurs d'impact- Conception d'une méthodologie adaptée : construction de l'outil de valorisation financière des facteurs et des composants de l' « image globale »- Conception et test de l'outil, simulation	
Résultats	
<ul style="list-style-type: none">- Définition et mise en œuvre d'une méthode et d'un outil de valorisation de l' « image globale », pertinent, utilisable et adaptable	
Compétences spécifiques mises en œuvre dans le cadre de cette mission	
<ul style="list-style-type: none">- Expertise financière et marketing- Modélisation économique et financière- Capacité à développer une méthode et un outil spécifique au secteur de l'énergie- Capacité à anticiper les contraintes d'utilisation du modèle sur des marques bannières	