

# BAROMÈTRE DE SATISFACTION MARCHÉ B2B POUR PICKUP

**Enquête réalisée par téléphone**

Notice Méthodologique

Etude menée par Ipsos CX : **Julien Dupuy,**  
**Théophile Ben Kemoun et Marvin Ouedraogo**

20.12.2022

**GAME CHANGERS**



# MÉTHODOLOGIE



**Dates du terrain** : du jeudi 21 avril au lundi 02 mai 2022.



**Objectif** : identifier les saillances positives et négatives du réseau de relais Pickup en comparaison de ses concurrents.



**Mode de collecte** : interviews quantitatives réalisées par téléphone (961) par les équipes Ipsos France.



**Cibles** : les commerçants affiliés à un réseau de relais : Pickup (301) ; Mondial Relay (300) ; Relais Colis (300) ; Colis Privé (60).



**Quotas respectés compte tenu du parc réel Pickup** : par Région (Nord Est IDF, Ouest, Sud Est), par Etat (Démarrage d'activité, En activité) ; et suivi de la représentativité par Secteurs d'activité et par vue Partenaire/Standard.

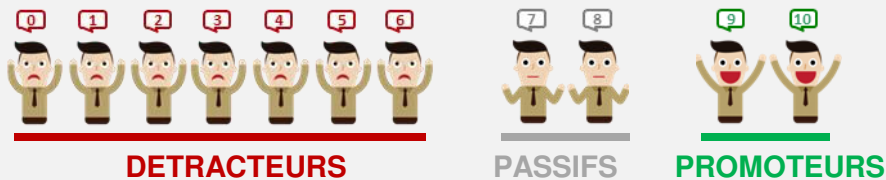
## LE NET PROMOTER SCORE (NPS) :

### → Quelle est la question ?

« *Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous [RESEAU] comme réseau de relais à d'autres commerçants ?* »

0 signifie qu'en aucun cas vous ne le recommanderiez et 10 signifie que vous le recommanderiez certainement. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

### → Comment le NPS est-il calculé ?



**NPS = Promoteurs (9-10) moins Détracteurs (0-6)**

et **mNPS** = moyenne des notes de recommandation

## LES BASES :

$N = XXX \rightarrow$  Nombre de répondants à la question

Pour les résultats affichés avec une base de moins de 20 répondants (⚠), il convient d'interpréter les résultats avec prudence.

## LES ÉCARTS SIGNIFICATIFS :

- Afin de faciliter une lecture des résultats en comparaison entre Pickup et ses trois concurrents, les écarts significatifs statistiquement (avec un niveau de confiance de 95%) entre Pickup et l'un ou plusieurs de ses concurrents sont présentés ainsi :

  *Score du concurrent significativement inférieur/supérieur au score Pickup*

# PROFIL DES COMMERCÇANTS RELAIS INTERROGÉS

# RÉPARTITION DES 301 COMMERÇANTS PICKUP 1/2



RÉGIONS	Nb. Inter.	%	% Parc Pickup
Nord Est IDF	123	41%	NC
Ouest	96	32%	NC
Sud Est	82	27%	NC

ZONES	Nb. Inter.	%	% Parc Pickup
Rural	140	47%	NC
Urbain	135	45%	NC
Hyper Urbain	26	9%	NC

STANDARD/PARTENAIRES	Nb. Inter.	%	% Parc Pickup
Standard	267	89%	NC
Partenaire	34	11%	NC

ETAT	Nb. Inter.	%	% Parc Pickup
Démarrage d'activité	20	7%	NC
En activité	281	93%	NC

# RÉPARTITION DES 301 COMMERÇANTS PICKUP 2/2



SECTEUR D'ACTIVITÉ	Nb. Inter.	%	% Parc Pickup
Commerces alimentaires	92	31%	NC
Presse, Tabac, Librairie, Papeterie	75	25%	NC
Auto, Moto	35	12%	NC
Equipement maison	23	8%	NC
Equipement personne	22	7%	NC
Fleuriste, Jardinerie, animalerie	13	4%	NC
Artisanat & services	10	3%	NC
Commerces de loisirs	10	3%	NC
Téléphonie	6	2%	NC
Pressing, Laverie, Repassage	5	2%	NC
Cadeaux, Gadgets	3	1%	NC
Multi-services	3	1%	NC
Transport	2	1%	NC
Médical, Paramédical	1	0%	NC
Mercerie, Confection, Laine, Retouche	1	0%	NC

# RÉPARTITION DES CONCURRENTS PAR RÉGION



<b>RÉGIONS MONDIAL RELAY</b>	<b>Nb. Inter.</b>	<b>%</b>
Nord Est IDF	105	35%
Ouest	154	51%
Sud Est	41	14%

<b>RÉGIONS RELAIS COLIS</b>	<b>Nb. Inter.</b>	<b>%</b>
Nord Est IDF	130	43%
Ouest	92	31%
Sud Est	78	26%

<b>RÉGIONS COLIS PRIVÉ</b>	<b>Nb. Inter.</b>	<b>%</b>
Nord Est IDF	21	35%
Ouest	21	35%
Sud Est	18	30%



# COMPARAISON DE LA STRUCTURE DES RÉSEAUX ET ÉCHANTILLONS SELON LE TYPE D'IMPLANTATION



Pickup	Nb. Inter.	% échantillon	% Parc Pickup
Rural	140	47%	NC
Urbain	135	45%	NC
Hyper Urbain	26	9%	NC

Mondial Relay	Nb. Inter.	% échantillon	% Parc MR
Rural	146	49%	NC
Urbain	136	45%	NC
Hyper Urbain	18	6%	NC

Relais Colis	Nb. Inter.	% échantillon	% Parc Relais C.
Rural	128	43%	NC
Urbain	150	50%	NC
Hyper Urbain	22	7%	NC

Colis Privé	Nb. Inter.	% échantillon	% Parc C. Privé
Rural	27	45%	NC
Urbain	29	48%	NC
Hyper Urbain	4	7%	NC

# ABOUT IPSOS

---

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg  
IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:  
**You act better when you are sure.**

**BE  
SURE.  
MOVE  
FASTER.**

**GAME CHANGERS**

