

COMMUNIQUE DE PRESSE

Ghislaine Salmat rejoint Harris Interactive en tant que responsable méthodologies avancées.

Paris, le 9 juin 2008 - Pour diffusion immédiate

L'arrivée de Ghislaine SALMAT, en tant que responsable méthodologies avancées chez Harris Interactive en France, vient renforcer la structure parisienne. Ghislaine va poursuivre l'intégration et le développement de méthodologies de recueil et d'analyse du Groupe, tout en développant des méthodologies propres aux marchés français et européen.

Harris Interactive propose un très large portfolio de méthodologies avancées, aussi bien pour des études tactiques que stratégiques. Harris Interactive a ainsi développé pour les études quantitatives des outils comme le *Strategic Cube* (modèle de satisfaction multidimensionnel qui intègre la concurrence), le *Commitment Model* (modèle d'analyse de la perception qui intègre les dimensions émotionnelles) ou le *Virtual Market Simulator* (simulateur qui s'adapte à toutes les techniques de simulation de marché : trade off, étude de satisfaction – fidélité, ...).

Le département Méthodologies avancées continuera à travailler sur les méthodes de redressement à appliquer sur les études en ligne.

Harris Interactive propose également des méthodologies d'études et d'analyses qualitatives propres au Groupe comme par exemple la méthode VISTA (*Values In Strategy Assessment*), qui vise à générer et/ou optimiser la relation consommateurs / marques.

Enfin, Harris Interactive est, depuis plusieurs années déjà, à la pointe des études qualitatives de nouvelles générations (focus en ligne, forums- bulletin boards, blogs notes, communautés, ...).

Diplômée d'un Magistère et d'un DEA de Sciences Economiques, Ghislaine Salmat a initialement travaillé pendant 5 ans dans les études économiques, tout en enseignant à l'Université Paris I puis Paris-Dauphine. Reconvertie dans les études marketing et sondages depuis plus de 10 ans, Ghislaine a été responsable du département statistiques et informatique chez Syllab-Ypsis, puis responsable du DataManagement chez B.V.A. Elle était directrice du service informatique et statistique chez GN Research avant de rejoindre Harris Interactive.

Elle est notamment spécialiste des analyses multi-variées utilisées dans la modélisation ou la simulation d'un marché, dans l'analyse du comportement, des attitudes et des attentes, la segmentation ou la satisfaction des clients.

A propos d'Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (13^{ème} rang mondial). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004. Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact Presse

Laurence Lavernhe

5-7 rue du Sahel – 75012 Paris

Tel: 01 44 87 60 94 – Fax: 01 44 87 60 31

llavernhe@harrisinteractive.fr