

Kynos Études & Formations

Méthodes, outils et références
Culture, tourisme et institutions

1987 - 2013

Kynos sarl : une équipe pluridisciplinaire pour le suivi de votre clientèle

Créée en 1987 par Sophie Ranjard et Jean Luc Van Impe, notre société est spécialisée dans la réalisation d'études et la mise en place d'observatoires des publics, usages et usagers de différents dispositifs de médiation, notamment les ressources documentaires et boutiques en ligne.

Emmanuel BARTHOLO : consultant formateur, diplômé de l'ISG, informatique et statistiques

Gabriel BARTHOLO : chargé d'étude, master scientifique Paris 6, analyse de données

Françoise BESLOT : diplômée IFOCOP, commercialisation de produits (Modalisa) et services

Antoine DECARIS : consultant gérant, diplômé de l'ISG, études marketing et de satisfaction

Sophie RANJARD : associée, DESS NTIC Paris 8, observatoires, baromètres sociaux

Violette ROUZET : saisie et codification de données, contrôle qualité

Jean-Luc VAN IMPE : associé, ancien élève de l'EPHE, séminaire de R. Aron

Léa VAN IMPE : chargée de la création visuelle, ancienne élève de l'ESAA Duperré

Agathe ZUDDAS : chargée d'études, master d'ingénierie sociale, Paris IV

Autre société du groupe :

lteo.net : développement et hébergement de serveurs d'enquêtes spécifiques.

Kynos est dotée d'une structure financière saine qui nous permet de participer, dans les meilleures conditions de sécurité pour nos clients, à des projets de taille importante, exigeant des avances de trésorerie notables ou la mobilisation éventuelle de compétences externes.

L'équipe Kynos

Par ordre alphabétique,

Emmanuel BARTHOLO,

Depuis 2001 : consultant manager, responsable des enquêtes en ligne

Responsable des mises en lignes d'enquêtes

Études qualitatives et quantitatives

1997/2000 : Institut Supérieur de Gestion

1996/1997 : Classe préparatoire commerciale au lycée Saint Michel de Picpus

Gabriel BARTHOLO,

Depuis 2010 : consultant formateur à KYNOS

Formateur en outils d'analyse de données

2007 : Paris 6, Master 2, Sciences de l'Univers

2001 : Classe préparatoire PTSI au lycée Raspail

Françoise BESLOT,

Depuis 1998 : responsable de la commercialisation de produits (Modalisa) et services

1998 : diplômée IFOCOP

Licence de psychologie

Antoine DECARIS,

Depuis 2009 : directeur gérant à KYNOS

2004-2009 : consultant – formateur, chargé des traitements statistiques et des analyses quantitatives

2002-2004 : Chargé de gestion à 1855

1999-2002 : Diplômé de l'ISG (Institut Supérieur de Gestion, BAC + 4) Paris, mention Bien

1998-1999 : Année préparatoire à l'AFIG (Année de Formation Initiale à la Gestion)

1996-1998 : PCEM 1 à Lariboisière Saint-Louis

L'équipe Kynos

Sophie RANJARD,

Depuis 1991 : directrice des études

2004 - Personnel certificateur au niveau européen, Université libre de Bruxelles

1995 - Cycle de conférences en sociologie des organisations (Renaud Sainsaulieu)

1987 - DESS de documentation et technologies avancées, Université Paris 8

1974 - Cours de l'École pratique des Hautes Études en ethnologie

Violette ROUZET,

Depuis 2000 chargée des saisies, de la codification et du contrôle qualité

Études de philosophie, niveau licence

Léa VAN IMPE,

Chargée de la création et de l'identité visuelle des sites

2005 : DMA à l'ESAA Duperré

Agathe ZUDDAS,

Depuis 2012 chargée d'études à Kynos

2010 : Master professionnel d'Ingénierie sociale, ISHA, Université Paris IV

2008 : Licence de sociologie, Université Paris-Diderot

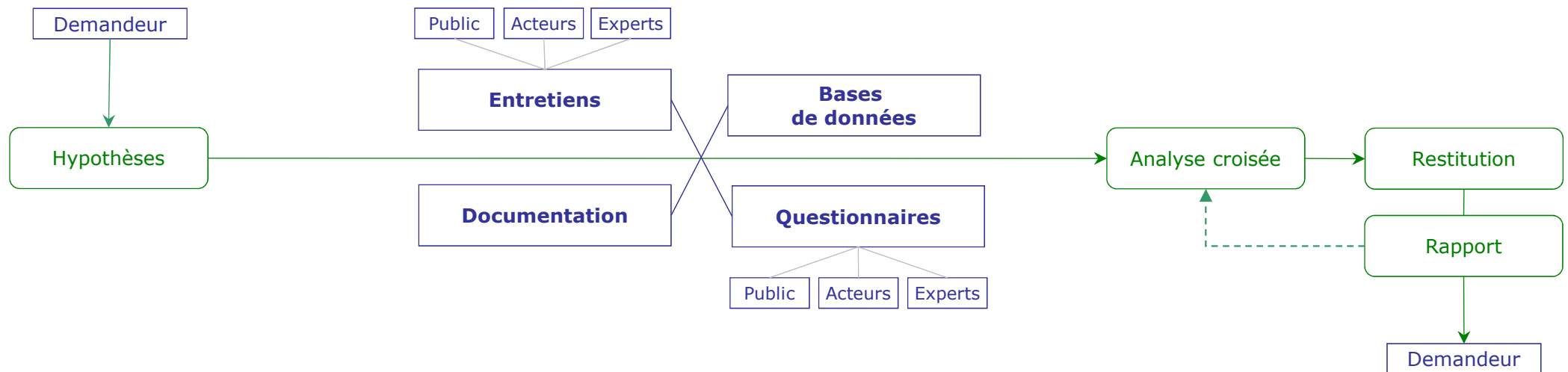
De l'observation des publics à la satisfaction des clients des boutiques en ligne

Nous réalisons des études diversifiées, certaines classiques et d'autres plus originales:

- des observatoires sociodémographiques et des baromètres de satisfaction
- des comptages et de l'observation des flux de visiteurs,
- des études qualitatives sur l'accueil des publics, par exemple sur la construction de projets de visites, le positionnement optimal des personnels d'accueil et des médiateurs culturels, les suites à donner par type de visite/visiteur,
- des études sur les usages croisés des équipements, les parcours transversaux possibles
- des évaluations d'équipements : audioguides, bornes numériques...
- des études sur les clients actuels et potentiels des boutiques en ligne

Des études, méthodes et outils spécifiques

METHODE : un dispositif multiméthodologique



Genèse et objectifs de la méthode

Notre équipe dispose maintenant de près de vingt ans d'expérience dans la réalisation d'enquêtes au sein de nombreux types d'entreprises, sur des sujets et objets extrêmement variés. En parallèle à la définition des fonctionnalités de nos outils d'analyse de données, nous avons expérimentalement mis au point un chemin type qui permet de fiabiliser la réalisation de nos études.

Le schéma ci-dessus indique les moyens et les étapes assurant les meilleures garanties d'**écoute** et de **transparence** du projet. Il permet à notre chargé d'études d'être, à tout instant, à même de **rendre compte** de l'avancement de ses travaux. Notre méthode assure au client les meilleures garanties de **transférabilité** de nos travaux.

Hypothèses : au départ de l'étude, enregistrement de la demande et de l'expression des hypothèses.

Documentation - Entretiens - Bases de données - Questionnaires : ces différents outils d'interrogation seront utilisés en proportions adaptées à chaque type d'étude. Notre méthode met l'accent sur leur complémentarité, un seul type d'outil étant rarement suffisant pour mener à bien une étude complète.

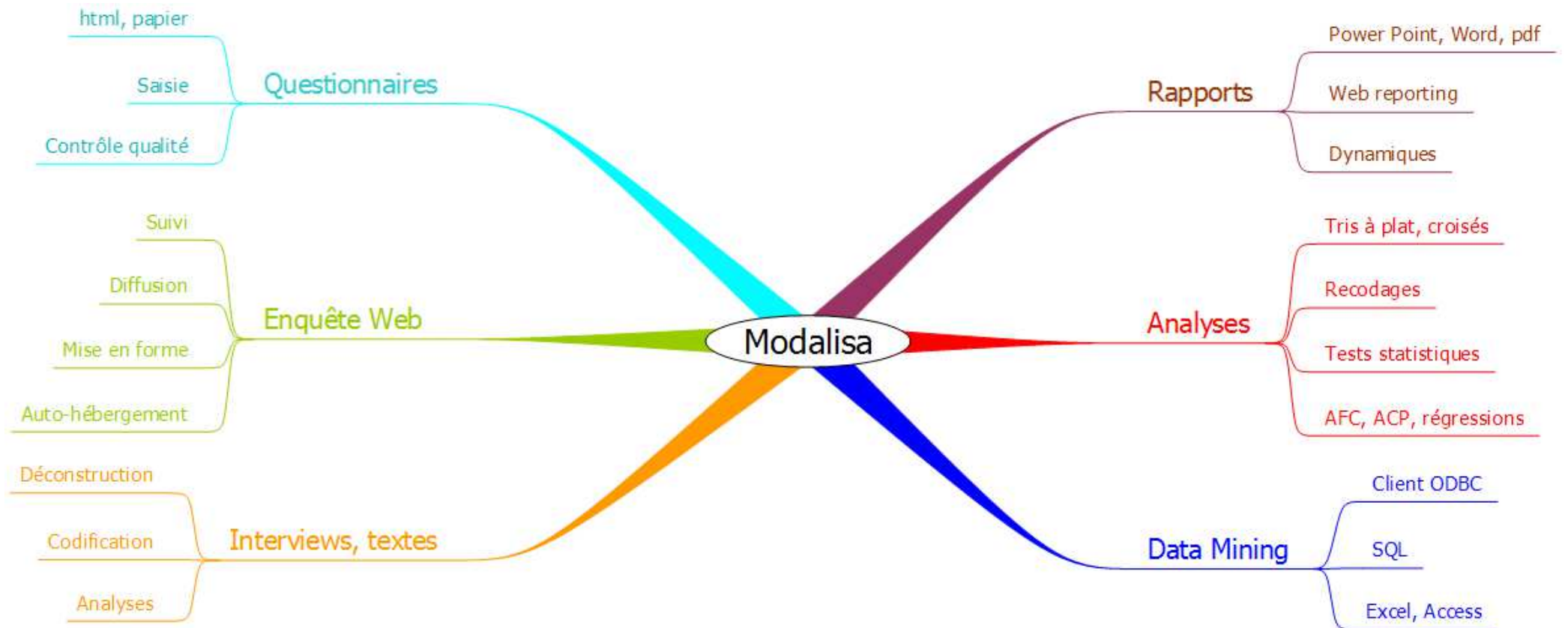
Les dispositifs quantitatifs les plus fréquemment utilisés

Nous sommes souvent sollicités pour des dispositifs mixtes, qualitatifs et quantitatifs : conception, passation et traitement de questionnaires. La passation peut revêtir plusieurs formes :

- Passation administrée avec une équipe d'enquêteurs à la sortie des établissements,
- Passation auto-administrée avec une « mini-équipe » d'enquêteurs qui distribue des questionnaires à l'entrée des salles de spectacle, fournit des stylos et assiste les répondants à la sortie : cette solution, moins onéreuse que la précédente a donné de bons résultats dans tous les établissements où nous l'avons adoptée,
- Passation de questionnaires en ligne auprès d'abonnés ou de destinataires de newsletters, de clients de boutiques en ligne

Le choix d'une à deux semaine(s) de passation permet de récolter plusieurs centaines de questionnaires : nous analysons ensuite les données recueillies et les comparons à celles de la billetterie.

OUTIL : un logiciel fondé sur une méthode éprouvée



Modalisa présente une caractéristique unique : il offre l'ensemble de ses modules au sein d'un seul programme cohérent. Il est ainsi possible de faire face, de manière fluide, à la plupart des problèmes posés lors de la réalisation d'une enquête et d'adapter les techniques d'analyse aux besoins. Ce parti pris, à contre-courant des pratiques commerciales habituelles, a directement été induit par notre pratique de consultants : nous diffusons le logiciel que nous utilisons quotidiennement, c'est notre outil de travail, il est formaté pour nous permettre de réaliser des analyses plus fiables, plus rapides, plus explicites...

Les actions de formation

Nous animons depuis plusieurs années des formations dans les domaines suivants :

Mieux accueillir ses publics

Réaliser une enquête de A à Z

Développer une offre de services en ligne en direction des publics

Évaluer les actions et dispositifs de médiation culturelle

Nous vous proposons 2 exemples de contenus de formation page suivante et sommes à votre disposition pour vous apporter des programmes détaillés en tant que de besoin.

Nos formations sont enrichies par l'apport de nos travaux avec de nombreux établissements (voir références jointes)

Kynos formation : n° d'identification 11751218875 Paris

Formation « Mieux accueillir ses publics sur place et à distance » 2 jours

1. Sociologie des publics des établissements culturels

Les pratiques culturelles : synthèses de résultats d'études locales ou nationales

Les différents usagers et usages de l'information, usagers anciens et nouveaux, usagers/clients

2. Gérer la relation avec les publics, les usagers, les clients

Les modalités de l'accueil : sur place, accueil à distance (téléphone, courriel, int@net)

L'accueil téléphonique : la présentation du service, du répondant, l'écoute de la demande, la prise de notes, la reformulation, la fourniture des réponses et les modes de livraison des réponses.

L'accueil sur place : ses modalités, l'attention à porter aux primovisiteurs

La gestion des demandes par courriel : limites et vérifications utiles

La gestion des clients difficiles : typologie de situations conflictuelles, méthodes de prévention et de gestion : exercices pratiques sur la gestion de la relation client

3. Organiser l'espace d'accueil

Le comptage des flux dans les espaces physiques et virtuels

Le poste d'accueil, sa position, son organisation

Les outils de présentation du service : la plaquette, la page d'accueil d'un site web

4. Optimiser la qualité de la fonction accueil

La durée des plages d'accueil

Les indicateurs de qualité de la fonction accueil : exemple de QualiBib avec l'AFNOR

Conclusion : Vers une charte qualité de l'accueil

Formation « Réaliser une enquête de A à Z » 3 jours

1. Identifier les types d'usagers et les usages de l'information

Établir la problématique d'une enquête : connaissance de ses publics, analyse de la demande et des attentes

Définir les contours et la structure de la population à étudier, principes d'échantillonnage

Les différentes étapes d'une étude

2. Réaliser une enquête par entretiens

Les différents types d'entretiens, individuels et collectifs.

Conception et rédaction d'un guide d'entretien

La passation et les techniques de l'entretien.

L'analyse thématique du discours et l'exploitation des résultats

3. Réaliser une enquête par questionnaires

Conception et rédaction d'un questionnaire

La passation de questionnaires, les enquêtes via Intranet ou Internet

Exemples de traitements et interprétation des résultats, travaux pratiques sur un tableur

Présentation d'un outil de traitement d'enquête : saisie, traitements et éditions.

4. Communiquer et concrétiser les résultats d'une enquête

Exemples de révision d'un plan stratégique, de la signalétique, d'une gamme de produits ou services

Réalisation en interne ou sous-traitance, déontologie des enquêtes

Sélection de références dans le secteur culturel

Nos références dans le secteur culturel (voir aussi détail pages suivantes)

Marketing d'institutions, notoriété, image, recherche de clientèles, fréquentation et évolution d'usages

Palais de Tokyo : étude des publics de la Triennale pour la réouverture de l'établissement, 2012

Château et Domaine de Versailles : Etude sur la perception du site de la boutique en ligne, enquête auprès des visiteurs de la boutique portant sur les modes d'accès, l'ergonomie du site, les conditions d'achat et les attentes, 2011

Cinémathèque française : Etude de notoriété auprès des publics de 4 institutions culturelles parisiennes, 2009 et 2011

Bibliothèque du Film : Etude auprès des publics potentiels de plusieurs universités en vue de développer la fréquentation et les adhésions, 2011

Musée du quai Branly : Etude des usages croisés des publics existants et potentiels, 2010

Observatoire des publics de la Cinémathèque française, 2005-2008

Musée d'Orsay : Étude des besoins des prescripteurs dans le cadre du développement des publics à l'échelle internationale, 2006

Manufacture et Musée de Sèvres, 2004, en partenariat avec isr Consultants, Étude des publics et des représentations des process et de l'image de la céramique

Pratiques de publics existants

Évaluation des pratiques et des attentes de publics d'établissements culturels ou touristiques

BnF, BPI du Centre Georges Pompidou, Comités de tourisme, Musée de Sèvres, Musée d'Orsay, Salon du meuble...

Étude des publics de la BPI en 2000, 2006, 2009, 2012

Centre Pompidou, Etude de fréquentation des publics 2009

Étude des publics spécifiques des Journées du Patrimoine, 2004

Etudes des publics des expositions du Musée d'Orsay, 2006

Relevé d'indicateurs de gestion et mise en place de tableaux de bord

Analyse et comparaison d'activités de médiathèques

Médiathèque de la Cité des Sciences 2005, Service documentaire de la Région PACA, 1999

Médiathèque du Campus de l'école militaire, 2003

Réseau des médiathèques SCEREN-CNDP, depuis 2002

Inventaire de collections documentaires

La Joie par les Livres, L'Heure Joyeuse, la BnF et autres partenaires, 2004



Musée du quai Branly, 75007 Paris

Le musée du quai Branly a cherché à savoir quels étaient les usages croisés de sa programmation ; plateau des collections, expositions, visites guidées, conférences, spectacles, ateliers, médiathèque, salon de lecture. La diversité des typologies de publics et leur intersection, leur complémentarité représentent un enjeu unique.



Centre Georges Pompidou, 75004 Paris

Le Centre Pompidou réalise tous les 3 ans une grande enquête auprès de ses publics à différentes périodes de l'année.

Nous avons réalisé la passation et le traitement de plusieurs enquêtes auprès de l'ensemble des publics, des publics du Nouveau Festival...

PALAIS DE TOKYO /

Palais de Tokyo, 75016 Paris

Nous avons assisté le Service des relations avec le public au cours d'une enquête auprès des publics de ce musée « pas comme les autres » ou plutôt site de création contemporaine.

L'enquête a permis de connaître les publics et de détecter leurs attentes



Château et Domaine de Versailles

Le Service des marques du Château de Versailles nous a confié la réalisation d'une enquête en ligne auprès des clients de sa boutique en ligne.

Nous avons évalué l'impact de son ergonomie, l'appréciation du catalogue des produits et les attentes de ses premiers clients.



Institut du Monde arabe, 1 rue des Fossés Saint Bernard 75005 Paris

L'Institut du Monde arabe évalue régulièrement la satisfaction de ses publics au travers d'enquêtes légères et d'observations spécifiques dans les différents espaces d'exposition et de ressources documentaires.



Institut français à Pékin, Gongti Xilu, 18, Beijing

La médiathèque de l'Institut français de Chine utilise régulièrement nos outils pour tester l'intérêt porté à l'offre documentaire, aux ressources et aux services de la médiathèque.

Le tout dans une optique d'adaptation aux attentes spécifiques de ses publics.



Cinémathèque française, 51 rue de Bercy 75012 Paris

La Cinémathèque française nous a confié la mise en place de son observatoire des publics : celui-ci inclut les publics du cinéma, du musée, des expositions, de la Bibliothèque du film et de différentes manifestations. Où comment s'opère l'intersection, la complémentarité des différents types de publics actuels et potentiels.

Ciné-ressources

Bibliothèque du Film, 51 rue de Bercy 75012 Paris

La Bibliothèque du Film cherche à développer sa notoriété auprès des publics étudiants . Nous avons réalisé une enquête auprès de ses publics actuels et potentiels pour mieux évaluer son potentiel de développement.



Musée de Sèvres, Place de la manufacture, 92310 SÈVRES

Le Musée et la Manufacture de Sèvres ont souhaité mieux connaître leurs publics actuels et potentiels, avant la rénovation des espaces du musée.

Nous avons enquêté sur place et dans les communes environnantes sur l'image et la notoriété du musée, relevé la satisfaction et les attentes des publics lors des Journées du patrimoine et repéré l'image de la céramique chez des étudiants, amateurs d'art et experts. Étude menée en partenariat avec ISR consultants



Musée de d'Orsay, 62 rue de Lille 75007 Paris

Le musée d'Orsay voulait connaître l'impact de l'exposition Cézanne-Pissarro 1867-87 auprès de ses visiteurs.

Nous les avons interrogés pendant deux semaines, noté leur satisfaction et leurs attentes.

Nous avons également interrogé les prescripteurs du musée (associations, CE, agences de voyages, opérateurs touristiques) sur leurs usages des documents d'information du musée ainsi que sur leurs attentes en matière de communication



Réseau Musique et Danse

Nous travaillons depuis plusieurs années avec le réseau national Musique et Danse, particulièrement avec les correspondants des régions Bourgogne et Lorraine. Nous avons réalisé des enquêtes sur les chefs de chœur et les pratiques chorales



Cité de la Musique, 221 avenue Jean Jaurès 75019 Paris

A l'occasion de la mise en place d'une nouvelle grille de programmes, la Cité de la Musique a souhaité connaître l'avis de ses différents publics.

Nous avons travaillé en collaboration avec la Direction des relations avec les publics sur la mise au point de diverses enquêtes et leur traitement statistique.



BPI du Centre Georges Pompidou, 75197 Paris cedex 04

La BPI du Centre Pompidou réalise tous les 5 ans une grande enquête auprès de ses publics, et ce, depuis sa création en 1977.

Nous avons réalisé la passation et le traitement de plusieurs enquêtes pour le compte du Service Études et recherches de cette bibliothèque qui fête 30 ans d'innovation dans les supports proposés, les technologies d'information et l'accessibilité des documents, sur place et à distance. Sans oublier les animations, débats et colloques.



Communauté Urbaine de Strasbourg, 67000 Strasbourg

A l'occasion de l'ouverture et de la rénovation de plusieurs médiathèques du réseau communautaire, la CUS a souhaité harmoniser les procédures d'accueil, d'orientation et d'information des publics des bibliothèques - médiathèques.

Nous avons animé des sessions de formation pour l'ensemble des personnels ainsi que différents groupes de travail.



Bibliothèque nationale de France BnF

La BnF nous a chargé d'étudier les spécificités des publics d'été de la bibliothèque ainsi que les publics des manifestations, rencontres, expositions...

Nous avons pu comparer les publics estivaux à ceux étudiants et chercheurs fréquentant les Haut et Rez de Jardin.



Carrefour numérique, 75019 Paris

La médiathèque de la Cité des sciences et de l'industrie et le Carrefour numérique souhaitent connaître les intersections et les différences entre leurs publics : de semaines et de week-ends, jeunes et moins jeunes, grands publics et publics avertis.

Nous avons sondé ces différents publics par le biais d'entretiens approfondis et de questionnaires pour comprendre leurs motivations, leurs usages et leur attentes en matière d'informations scientifiques et d'apprentissage des technologies.



Ifremer, 29280 PLOUZANE

A l'occasion de 3 années d'existence la Bibliothèque La Pérouse a souhaité faire le point avec ses usagers sur place et à distance pour développer encore son offre documentaire et ses services.

Ou comment conjuguer les besoins des étudiants et des chercheurs, la demande croissante de ressources électroniques et l'occupation d'un cadre exceptionnel, en bordure de la rade de Brest.



Institut Pasteur, 75015 Paris

Le Centre d'Information scientifique de l'Institut Pasteur reçoit chercheurs et étudiants

Ou comment orienter le développement de BioLib, le portail d'accès aux ressources documentaires électroniques de l'Institut Pasteur



CIRAD, 34398 Montpellier Cedex 5

La bibliothèque du Cirad est le lieu de rendez-vous des chercheurs et étudiants en agronomie tropicale.

Les bibliothécaires ont mis l'accent sur une offre de services de proximité et un meilleur accès aux ressources et archives de l'organisme.



Réseau Sceren – CNDP, 86961 FUTUROSCOPE CEDEX

Le réseau Sceren – CNDP avait besoin de connaître les ressources de son réseau aux niveaux régional et national.

Un inventaire complet a permis de dresser un panorama global et de développer la culture des indicateurs d'activité et de résultats.



République Française

Conseil économique et social, 75016 Paris

Le projet consistait en une étude des différents types de documents produits en interne, la préparation de l'informatisation, la réorganisation de l'équipe documentaire

En partenariat avec Doc & Co



ACCÈS UNIFIÉ AUX DONNÉES
ET DOCUMENTS NUMÉRIQUES
DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

TGE ADONIS, 75005 Paris

Nous avons recherché les différents usages de l'information et les types de documents utilisés par des équipes de recherche pour aider à finaliser la stratégie de développement du Très Grand Équipement numérique.



Seine-Saint-Denis
Conseil Général

Conseil Général de Seine St Denis, 93 Bobigny

Nous avons étudié la fonction documentaire ans l'ensemble des directions et services du Département et préconisé des réorientations de la fonction et du réseau documentaire, en liaison avec la stratégie des des nouveaux élus.

En partenariat avec Doc & Co



Région
PACA

Région PACA, place Jules Guesde, 13000 Marseille

Nous avons aidé l'équipe documentaire à réorganiser son fonds documentaire et son activité en fonction des besoins des élus et des orientations de la Région.

Usages et usagers de l'information, quelles pratiques hier et aujourd'hui ? ADBS Editions 2012, ISBN 2-84365-141-0, 67 p.

<http://www.adbs.fr/usages-et-usagers-de-l-information-queelles-pratiques-hier-et-aujourd-hui--118177.htm?RH=ACCUEIL>

Usages des bibliothèques : approche sociologique et méthodologie d'enquête/ Claude Poissenot et Sophie Ranjard, Presses de l'ENSSIB, 2005, 350 p., (les Cahiers de l'ENSSIB).

<http://www.enssib.fr/presses/catalogue/usages-des-bibliotheques>

Publics et usages de la bibliothèque à la Cité des sciences et de l'industrie / Aymard de Mengin et Sophie Ranjard, BBF n°5 2010.

Un usager, des usagers... Quelles typologies pour les utilisateurs des services d'information ? in Documentaliste Sciences de l'information, volume 46, n°3 août 2009.

<http://www.adbs.fr/la-relation-clients-un-usager-des-usagers-queelles-typologies-pour-les-utilisateurs-des-services-d-information--70956.htm?RH=REVUE>

Les offres d'emploi en bibliothèque, une étude statistique d'après biblio-fr/Jobilise / Yves Desrichard et Sophie Ranjard, in BBF, t. 52, n°5 2007.

<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-05-0009-002>

Usages et usagers de l'information : quelles pratiques hier et aujourd'hui ?

Sophie Ranjard

Collection : L'essentiel sur...

2012, 68 page(s), ISBN 978-2-84365-141-0

15,00 € TTC [Ajouter au panier](#)



Présentation de l'ouvrage

Les usagers des services d'information ont des profils divers et variés. Qu'ils soient étudiants, universitaires, salariés d'une entreprise ou inscrits dans une médiathèque, leurs besoins et leurs usages informationnels, qui ont beaucoup évolué ces dernières années particulièrement avec Internet, sont au cœur des préoccupations des professionnels de l'information. Comment répondre au mieux à leurs attentes ? Comment mieux connaître les aspirations des publics en matière d'accès à l'information ? Avec quelles méthodes ?

Ce manuel propose d'abord une synthèse des études réalisées sur le sujet puis fait un tour complet des techniques et outils qui permettront de mettre en oeuvre une stratégie pour une meilleure connaissance des usages informationnels de son public... L'enjeu est de taille : l'abondance d'informations à laquelle ont accès les usagers requiert de plus en plus une expertise en termes de sources fiables, de contenus enrichis et de filtres humains. Les fonctions de plus-value informative sont donc plus que jamais nécessaires et participent à la réflexion stratégique de toute organisation, quel que soit son environnement. Qui mieux que les professionnels de l'information pour les assumer ?

Présentation des auteurs

Titulaire du DESS de documentation et nouvelles technologies de l'Université Paris -8, Sophie RANJARD est cofondatrice de la société Kynos

et y occupe la fonction de directrice d'études. Elle réalise depuis 25 ans des enquêtes sur les usages des ressources documentaires et les typologies de publics dans les musées, les bibliothèques et les services d'archives. Elle travaille également sur le développement de l'offre de services d'information et anime des formations sur la gestion de la relation usager, le partage de savoir-faire et les compétences transverses en milieu professionnel.

sranjard@kynos.info



Vos contacts pour les études en milieu culturel et touristique

Antoine Decaris, Sophie RANJARD
adecaris@kynos.info sranjard@kynos.info

Tél : 01 40 30 23 23