



# Enquêtes Questionnaires

## Qu'est ce que c'est ?

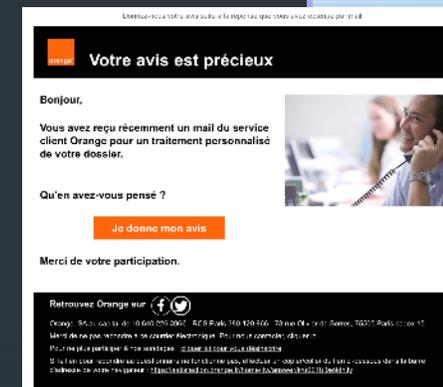
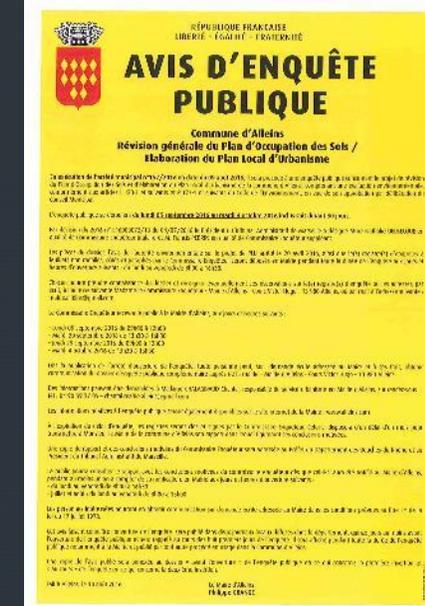


- Les enquêtes permettent de **recueillir des données en interne ou en externe** sur un sujet précis.
- C'est un mode de **sondage exhaustif ou par échantillonnage**,
- Elles comportent une série de **questions méthodiquement posées** à une cible choisie.
- Elles peuvent être administrées de différentes manières : **en présentiel ou à distance**.

# ▶ A quoi ça sert ?

- Dans un **objectif de développer** :
  - un projet,
  - un produit
  - ou un service
- Dans un objectif en vue **d'améliorer un processus**,

le questionnaire permet de recueillir des données à exploiter **pour faciliter la prise de décision.**



# L'étude qualitative

# L'étude quantitative

Sous forme d'entretiens, des tests de produits, des tests d'implantation, des réunions de groupe

Ce type d'étude permet de déterminer le mode de vente ou les motivations du consommateur

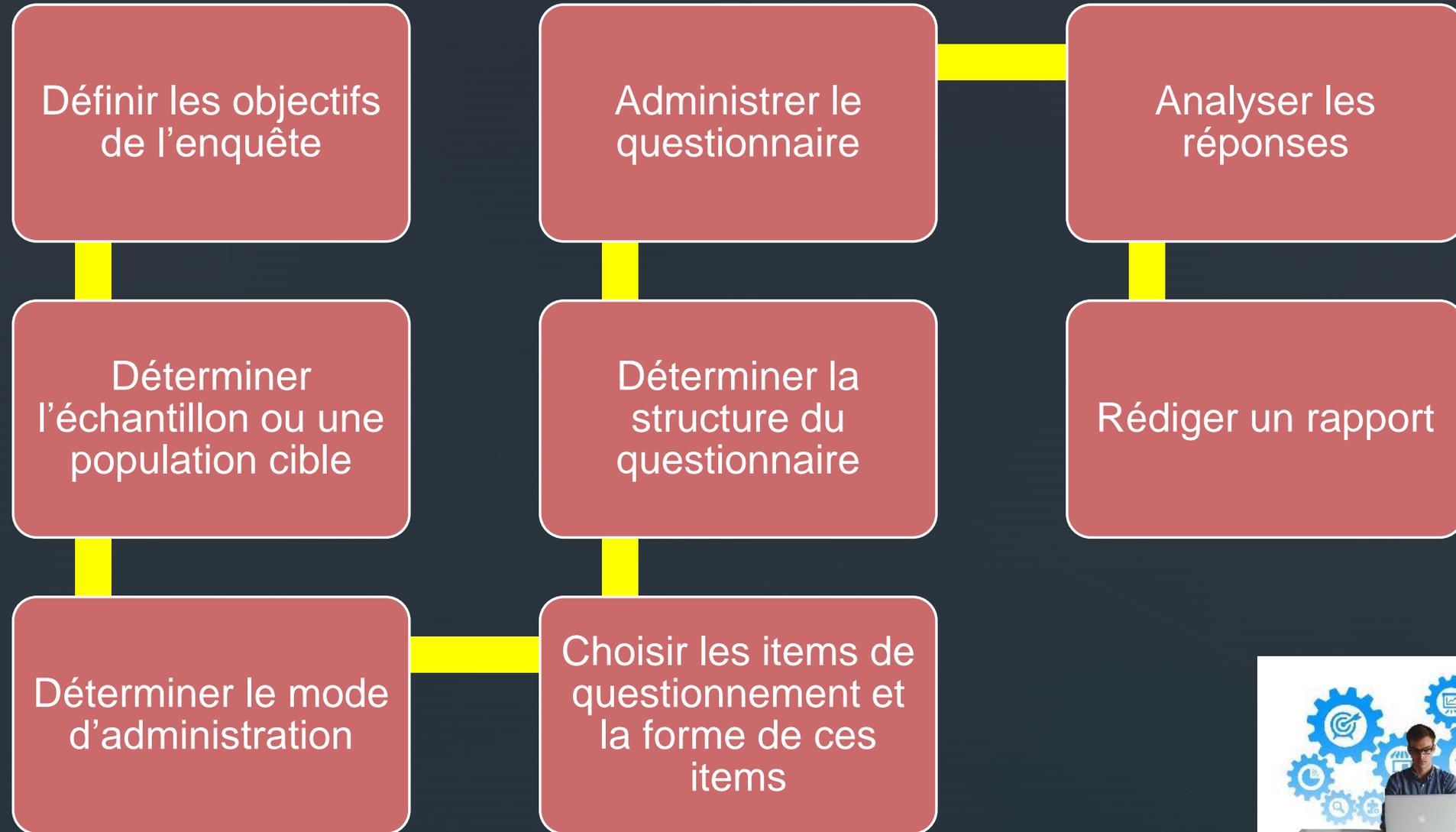
Permet de valider les pistes explorées lors de la phase qualitative

Elle s'effectue par sondage (téléphone, en ligne) avec un minimum de 150 personnes interrogées

Permet, pour une population large, d'avoir une base de calcul significative

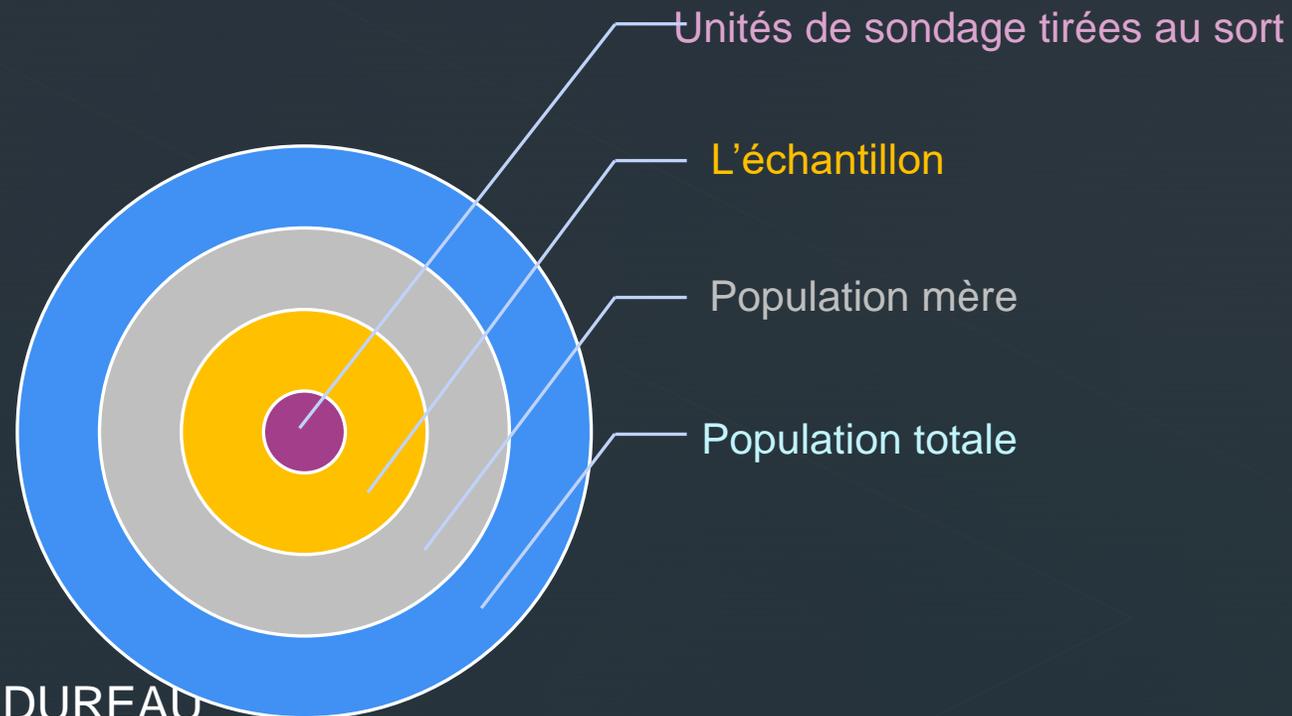
Utilisée pour une étude de marché, des enquêtes de satisfaction ou des sondages politiques

## ► Méthodologie de travail

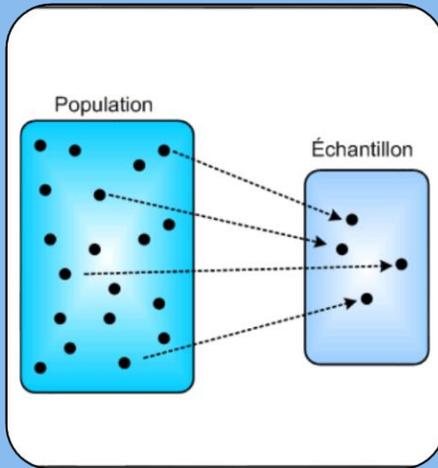


# Echantillon ou population cible interne ou externe

Population mère ou population de base	Ensemble de la population à étudier : ex : l'ensemble des clients d'un hôtel, d'une entreprise.
Echantillon	Ensemble de personnes interrogées. L'échantillon doit être représentatif de la population de base

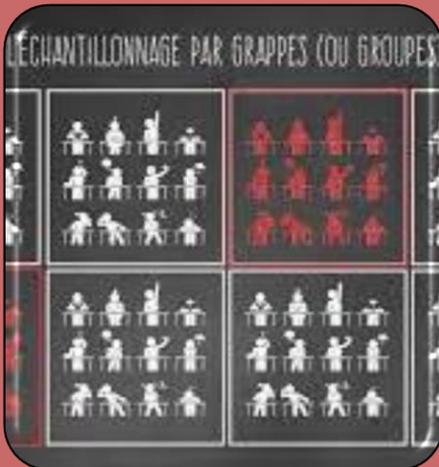


# Méthodes de sondage



## Les méthodes probabilistes

- Il faut avoir la liste des individus de la population mère.
- **Sondage aléatoire** : Tirage au sort des individus à partir du fichier clients.
- **Sondage systématique** : Personnes choisies selon une périodicité égale à la base de sondage divisée par le nb de personnes à interroger.  
Ex : sur une base de données = 1000 noms, on doit interroger 200 personnes, on sélectionnera 1 personne/5 ( $1000/200$ ).

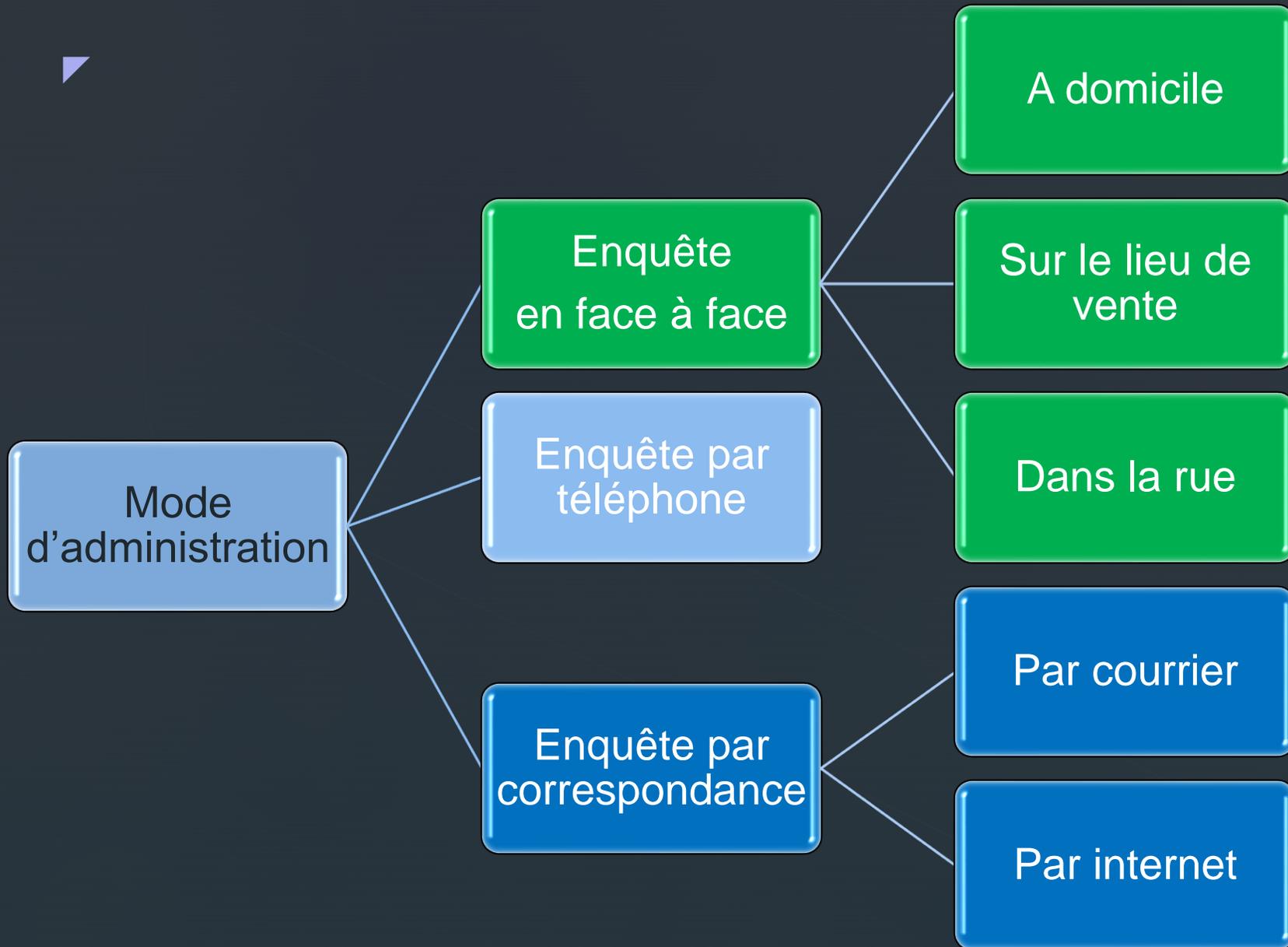


## Les méthodes non probabilistes

- Pas de liste nécessaire
- **Echantillon de convenance** : Sélection des personnes sur des raisons pratiques (ex : les personnes présentes dans la structure entre 8h et 9h)
- **Echantillon à participation volontaire** : personnes volontaires.
- **Méthode des quotas** : Les personnes interrogées respectent la structure de la population mère en termes d'âge, de sexe, de profession  
Méthode la plus utilisée.

# Exemple d'échantillon pour un sondage par quotas





## ▸ Présentation globale du questionnaire

Éléments	Exemples
Un titre	Enquête de satisfaction du Club Méditerranée Lille
Une introduction	Bonjour, afin d'améliorer la satisfaction de notre clientèle, nous réalisons une enquête : pouvez-vous m'accorder quelques instants ?
<b>Des questions</b> regroupées <b>par thème</b> , enchaînées en <b>entonnoir</b> : des thèmes généraux aux thèmes particuliers	Les différents thèmes peuvent être : l'accès à l'agence, les locaux, l'accueil, le conseil, la satisfaction client...
Des questions d'identification	Âge, sexe, PCS (profession et catégorie socio-professionnelle)
Une conclusion	Merci d'avoir répondu à nos questions. Nous espérons vous revoir très vite.

# Formulation des questions

Clares et courtes  
Simples et précises



Pas de mots techniques



La réponse ne doit pas être induite par la question



Questionnaire court 15 -20 questions

<b>Votre objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître votre interlocuteur</li> <li>- Mieux le comprendre</li> <li>- Recueillir des informations sur sa situation, sur lui</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire valider une information</li> <li>- Orienter la discussion</li> <li>- Faire se positionner votre interlocuteur</li> </ul>
<b>Le type de question adapté</b>	QUESTIONS OUVERTES		QUESTIONS FERMÉES
<b>La construction</b>	(adverbe) à avec dans pour	<b>+ pronom interrogatif</b> <b>C</b> omment <b>Q</b> ui, que, quoi <b>Q</b> uel, quelle <b>C</b> ombien <b>O</b> ù <b>Q</b> uand <b>P</b> ourquoi	<b>+ verbe...</b>  <b>Verbe + sujet...</b>  ou affirmation interrogative : sujet + verbe... + ?

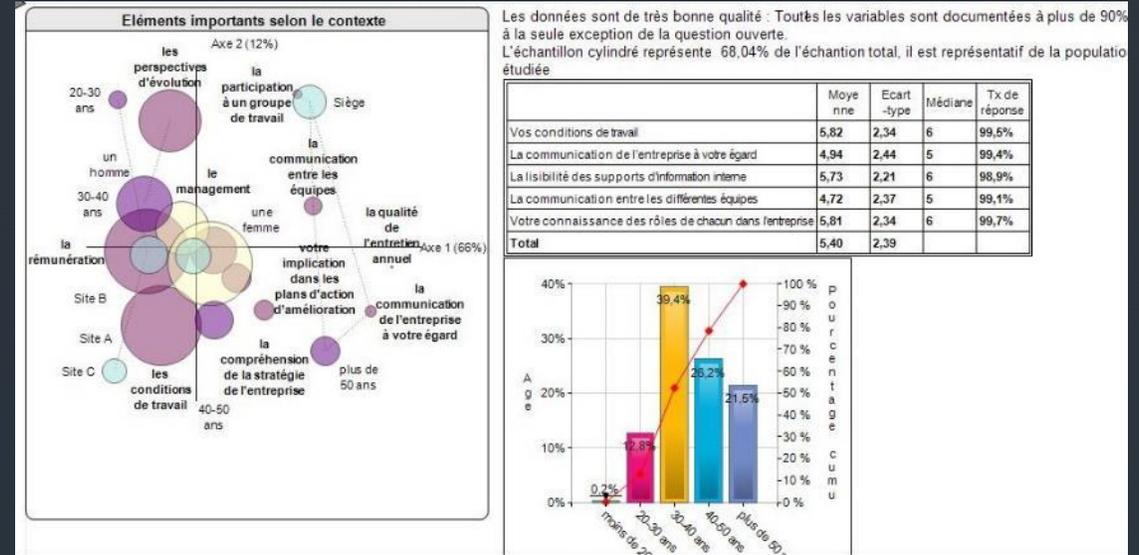
## La forme des questions

<b>Questions ouvertes</b>	<p>Le sondé peut répondre librement et donner son avis. Attention à ne pas insérer trop de questions ouvertes car celles-ci ne sont pas traitées par les logiciels de traitement d'enquête.</p> <p><b>Exemple</b> → Que pensez-vous de l'accueil dans notre agence ?</p>
<b>Questions fermées alternatives</b>	<p>Le sondé peut choisir entre deux réponses.</p> <p><b>Exemple</b> → Pensez-vous que notre agence est facile d'accès ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non</p>
<b>Questions fermées à choix multiples</b>	<p>Le sondé choisit sa réponse dans une liste préétablie.</p> <p><b>Exemple</b> → Lors de votre dernier voyage, vous avez choisi de vous adresser à l'un des voyagistes suivants : <input type="checkbox"/> Nouvelles Frontières <input type="checkbox"/> Club Méditerranée <input type="checkbox"/> FRAM <input type="checkbox"/> Selectour <input type="checkbox"/> Autre : .....</p>
<b>Échelles de réponses</b>	<p><b>Les échelles sémantiques</b></p> <p><b>Exemple</b> → Que pensez-vous de la qualité de nos produits ? <input type="checkbox"/> Excellent <input type="checkbox"/> Très bien <input type="checkbox"/> Bien <input type="checkbox"/> Mauvais <input type="checkbox"/> Très mauvais</p> <p><b>Les échelles mathématiques</b></p> <p><b>Exemple</b> → Quelle note /10 donneriez-vous à notre accueil téléphonique ? ...../10</p>

## ➤ Précisions sur les types de questions

<b>Question fermée à choix unique</b>	Choix dans 1 seule réponse parmi plusieurs
<b>Question fermée à choix multiple</b>	Choix de plusieurs réponses parmi les réponses proposées
<b>Question ouverte</b>	Aucune proposition de réponse. La réponse est libre <b>Attention : dépouillement difficile.</b>
<b>Question filtre</b>	Positionnée en début de questionnaire, elle évite d'interroger inutilement une personne.
<b>Question d'identité Fiche signalétique</b>	Caractérise les personnes interrogées, elle permet de dégager le profil de la personne. Par exemple : sexe, âge, CSP, ville, poste occupé ...
<b>Question à échelle Echelle de Likert</b>	Permet d'apprécier le jugement de la personne interrogée. Par exemple : très insuffisant, insuffisant, satisfaisant, très satisfaisant
<b>Question de notation</b>	Permet de donner une note d'appréciation.
<b>Net Promoter Score NPS</b>	Correspond souvent à la question : "Recommanderiez-vous notre marque à un ami ?" puis Pourquoi ? Permet de mesurer la satisfaction clients Il s'agit d'une échelle de 0 (pas du tout probable) à 10 (très probable). <b>3 catégories : Promoteurs</b> : note de 9 à 10 <b>Passifs</b> : note de 7 à 8 <b>Détracteurs</b> : note de 0 à 6

# Analysez



- **Tri à plat** : dépouillement d'une seule question. Réalisation de tableaux et de graphiques.
- **Tri croisé** : permet de dépouiller 2 questions. Réalisation de tableaux et de graphiques.

## ➤ Rapport d'analyse

### Présentez :

- Une introduction avec le rappel des objectifs
- L'analyse des données (graphiques et tableaux)
- L'interprétation des résultats
- Des suggestions permettant de répondre aux objectifs.

### Exemples :

<https://www.audelor.com/fileadmin/Audelor/Publications/Powerpoint/audelor-tourisme-Reflet-Pays-Lorient-2017.pdf>

<http://www.adt-herault.fr/docs/3051-2-obs-2016-enquete-de-clientele-herault-pdf.pdf>

Support réalisé par B AUDUREAU





FIN