

## COMMENT REALISER UNE ENQUETE ?

L'enquête est une **étude ponctuelle** qui consiste à interroger un **échantillon** représentatif de la population de base à l'aide d'un questionnaire afin de comprendre son comportement.

### 1°) AVANT L'ADMINISTRATION DE L'ENQUETE

Préparer l'enquête :

- Définir les **objectifs** de l'enquête ? (Que voulez-vous connaître ?)
- Déterminer la **population de base** de l'enquête ? (la population totale cible de l'enquête)
- Construire un **échantillon représentatif de la population de base**.
- Choisir le **mode d'administration** le plus pertinent ? (avantages > inconvénients)

MODES D'ADMINISTRATION		
Techniques	Avantages	Inconvénients
<b>Face à face dans la rue</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rapidité et spontanéité.</li> <li>- Possibilité de montrer le questionnaire.</li> <li>- Possibilité de toucher un grand nombre de personnes, etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nécessité de questionnaires courts.</li> <li>- Manque de temps des sondés.</li> <li>- Risque d'influence de l'enquêteur.</li> <li>- Coût élevé,</li> <li>- etc...</li> </ul>
<b>Face à face à domicile</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administration de questionnaires longs possibles.</li> <li>- Aide de l'enquêteur possible.</li> <li>- Démonstration.</li> <li>- Comparaison possible entre cadre de vie et réponses aux questions, etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque d'influence de l'enquêteur.</li> <li>- Coût élevé.</li> <li>- Durée de l'enquête plus longue</li> <li>- etc...</li> </ul>
<b>Par courrier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Questionnaire long possible.</li> <li>- Couverture géographique importante.</li> <li>- Coût limité.</li> <li>- Réflexion possible pour les sondés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taux de retour faible.</li> <li>- Qualité de la personne qui a rempli le questionnaire incertaine.</li> <li>- Démonstration impossible.</li> <li>- Risque de questionnaires mal remplis, etc...</li> </ul>
<b>Par téléphone</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Couverture géographique étendue.</li> <li>- Rapidité.</li> <li>- Coût limité.</li> <li>- etc...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualité du sondé incertaine.</li> <li>- Nécessité d'appeler à certaines heures (heures du repas).</li> <li>- Saturation des ménages, etc...</li> </ul>
<b>Par Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Couverture géographique étendue.</li> <li>- Rapidité.</li> <li>- Coût faible.</li> <li>- Visualisation de photos possibles.</li> <li>- Collecte des données en temps réel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualité du sondé incertaine.</li> <li>- Qualité de l'échantillon limitée (tout le monde ne dispose pas d'Internet).</li> </ul>

- Détailler l'**organisation mise en place** pour administrer l'enquête ? (à justifier)

Nombre d'enquêteurs	Les jours de l'enquête	Les heures de l'enquête	Les lieux de l'enquête
---------------------	------------------------	-------------------------	------------------------

- Concevoir le questionnaire sur le **fond** et sur la **forme** dans un premier temps au brouillon puis ensuite en utilisant le logiciel de dépouillement d'enquête : **ETHNOS / Module : PARAMETRAGE**

- **Fond du questionnaire** : Rédaction et choix du type de questions

DIFFERENTS TYPES DE QUESTIONS	
Types de questions	Caractéristiques
Question fermée à choix unique	Une seule réponse est possible parmi 2 ou plusieurs modalités
Question fermée à choix multiples	Plusieurs réponses sont possibles parmi différentes modalités.
Question à échelle	Les réponses ont des degrés différents. Le choix de l'échelle et son interprétation sont parfois difficiles : les intervalles séparant les barreaux de l'échelle ne sont pas toujours perçus de la même manière par tous les interviewés.
Question ouverte	Question texte. « Que pensez-vous de..... », la formulation de la réponse est entièrement libre.

- **Forme du questionnaire** :

- Donner un Titre à votre questionnaire (soyez original, évitez de mettre, questionnaire ou sondage dans le titre).
- Rédiger une introduction (bonjour + présentez-vous, préciser votre prénom et votre nom et l'organisation pour laquelle vous faites l'enquête + préciser l'objectif de cette enquête + minimiser le temps consacré pour répondre : « Cela vous prendra que quelques instants... »)
- Structurer le questionnaire en différentes parties (partie identification à la fin)
- Rédiger une conclusion (remerciements)

- **Tester votre questionnaire** auprès de quelques personnes cible (s'il faut apporter des modifications, alors, il faudra revenir dans la phase de conception du questionnaire).

## 2°) PENDANT L'ADMINISTRATION DE L'ENQUETE (le jour ou l'enquête est administrée)

Il faut administrer définitivement le questionnaire en respectant l'organisation prévue.

## 3°) APRES L'ADMINISTRATION DE L'ENQUETE

- Saisir les réponses et dépouiller les résultats sous forme de tris à plats et/ou de tris croisés à l'aide du logiciel de dépouillement d'enquête : **ETHNOS / Modules : SAISIE et ensuite TRAITEMENT.**

TRAITEMENT DES DONNEES	
Différents TRIS	Caractéristiques
Les tris à plat	Traitement des réponses à une question permettant de dégager des résultats en % (fréquences relatives) et en valeur (fréquences absolues)
Les tris croisés	Il s'agit de regrouper les réponses à plusieurs questions dans un tableau à double entrée. On utilise souvent une question d'identification et on la croise avec une du questionnaire.

- Réaliser un rapport d'enquête

*1<sup>er</sup> temps : reprendre toutes les étapes de réalisation du sondage en les justifiant.*

*2<sup>ème</sup> temps : partie par partie reprendre toutes les questions et faire un commentaire en s'appuyant des différents tableaux et graphiques réalisés dans la phase de dépouillement*

*3<sup>ème</sup> temps : concluez (prendre une décision marketing, etc....)*