

Introduction à la gestion

Les marchés de l'entreprise

Ce cours vous est proposé par Denis Chabault, Maître de Conférences HDR – enseignant chercheur en Sciences de Gestion au sein de l'Université Paris Saclay et par AUNEGe, l'Université Numérique en Économie Gestion.

Complément

Conception d'un questionnaire

La conception d'un questionnaire est essentielle pour mener à bien une étude de marché.

Il existe différents types de questions qu'il est essentiel de connaître et d'articuler pour capter l'attention des répondants et pour recueillir des informations de différentes natures.

Les types de questions : les questions fermées, les questions ouvertes, les questions à choix multiples, les questions avec échelle, les questions avec classement, les questions filtre.

Les questions fermées

- Elles proposent une ou plusieurs réponses possibles déjà définies.
- Elles permettent des réponses aisées et rapides.
- Elles sont faciles à dépouiller.
- Les résultats sont directement quantifiables.

Exemple

Disposez-vous d'un ordinateur ? Oui/Non

Les questions ouvertes

- Ne propose pas de réponse déjà définie.
- Permettent réellement le recueil d'opinions et de suggestions.
- Personne enquêtée a le libre choix de la réponse.
- Permettent des réponses personnalisées.

Exemple

Que pensez-vous de l'informatisation des ménages ?

Inconvénients

- Les réponses demandent plus de temps à la personne enquêtée.
- Le dépouillement est difficile, il demande une analyse du contenu.
- Les résultats sont plus difficiles à quantifier.

Les questions à choix multiple

Un éventail de réponses est proposé avec possibilité parfois d'ajouter une réponse.

Exemple

Quels avantages retirez-vous de l'utilisation d'un ordinateur : rapidité, facilité d'utilisation, efficacité, autre ?

Les questions avec échelle

L'échelle de Likert.

Exemple

Utilisez-vous votre ordinateur très souvent, rarement, jamais ?

L'échelle d'Osgood.

Exemple

Les prix d'un ordinateur est

Elevé 1 2 3 4 5 Accessible

Les questions avec classement

Les éléments de réponse doivent être classés.

Exemple

Classez par ordre d'importance (de 1 à 4) les modes d'utilisation de votre ordinateur : TTX, gestion familiale, jeux, internet.

Les questions filtre

La réponse permet d'apprécier la sincérité de l'enquêté.

Exemple

De quel type d'ordinateur êtes-vous équipé ? (si la personne a répondu Oui à la première question, elle doit pouvoir décrire son matériel)

Les formulations des questions

Ce qui est à éviter pour la formulation des questions :

- Les questions interro – négatives : pensez-vous pas que.....?
- Les questions qui induisent les réponses : vous que les enfants doivent se coucher de bonne heure ?
- Les questions qui risquent d'entraîner des réactions de rejet ou de gêne : Lors des élections présidentielles, pour quel candidat allez-vous voter ?
- Les choix trop limités dans les questions à choix multiples : Ajouter Sans opinion et Autres choix ? Lesquels ?

La mise en forme du questionnaire

- Regrouper les questions de même type.
- Eventuellement, mettre un titre à ces rubriques.
- ex: Identification – Logement – Famille – Loisirs....
- Séparer les rubriques par un trait ou un espace.
- Placer à la fin les questions d'identification.
- Placer les questions difficiles ou délicates entre des questions simples, ou les placer à la fin.
- Limiter le nombre de questions afin de ne pas décourager la personne enquêtée : 25 à 30 questions au maximum (4 à 5 min max).

Le test du questionnaire

Le test doit permettre les vérifications suivantes :

- Termes compréhensibles, sans équivoque

- Longueur correcte
- Ordre logique des questions
- Textes et consignes compréhensibles
- Mise en forme adaptée
- Questionnaire conforme à l'objectif recherché

Présentation définitive du questionnaire

Facile à lire

- Choisir la même typographie pour les caractères.
- Aérer le questionnaire en séparant les questions.
- Aligner les questions et les réponses pour que la disposition soit esthétique.

Facile à remplir

- Pour les questions ouvertes, mettre des lignes en pointillés et laisser une place suffisante.
- Pour les questions fermées, mettre des cases à cocher.
- Inscrire les consignes pour les modes de réponse de façon claire et visible (ex : cocher la case correspondante, Rayer la mention inutile, etc.).

Facile à dépouiller

- Numéroté les questions.
- Prévoir le mode de codage.

Remarque

La conception du questionnaire est toujours une étape clé de l'étude de marché – il est essentiel de tester le questionnaire auprès d'un échantillon de répondants avant de le diffuser à plus grande échelle.

Références

Comment citer ce cours ?

Introduction à la gestion, Denis Chabault, AUNEGe (<http://aunega.fr>), CC – BY NC ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).



Cette œuvre est mise à disposition dans le respect de la législation française protégeant le droit d'auteur, selon les termes du contrat de licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). En cas de conflit entre la législation française et les termes de ce contrat de licence, la clause non conforme à la législation française est réputée non écrite. Si la clause constitue un élément déterminant de l'engagement des parties ou de l'une d'elles, sa nullité emporte celle du contrat de licence tout entier.