

.II. Réussir une enquête : ***savoir collecter les données***

2.1 Elaborer le questionnaire

2.2 La collecte des informations

2.3 La saisie des données



2.1 Elaborer le questionnaire: sa mise en forme

- **La question : être compris et provoquer une réaction.**
- **La réponse : comprendre la réaction et l'enregistrer.**
 - **Réponses assistées : lister les réponses**
 - **Réponses spontanées : sans assistance**
- **Passer du particulier au général, du concret à l'abstrait, du moins au plus impliquant**



2.1: Elaborer le questionnaire: sa mise en forme

Pour bien rédiger les questions

- **Bien gérer la transition et la transposition entre la question que l'on se pose et la question que l'on pose (se placer au niveau du répondant)**
- **Utiliser le registre lexical des enquêtés (« *Parler la langue* » des répondants)**
- **Eviter les formes négatives ou interro-négatives**
- **Une seule idée par question**
- **Choisir la forme la plus claire et la plus concise**
- **Eviter la formulation implicite d'opinions**
- **Bien choisir le type de question (fermée, ouverte,...)**



2.1 Elaborer le questionnaire : sa mise en forme

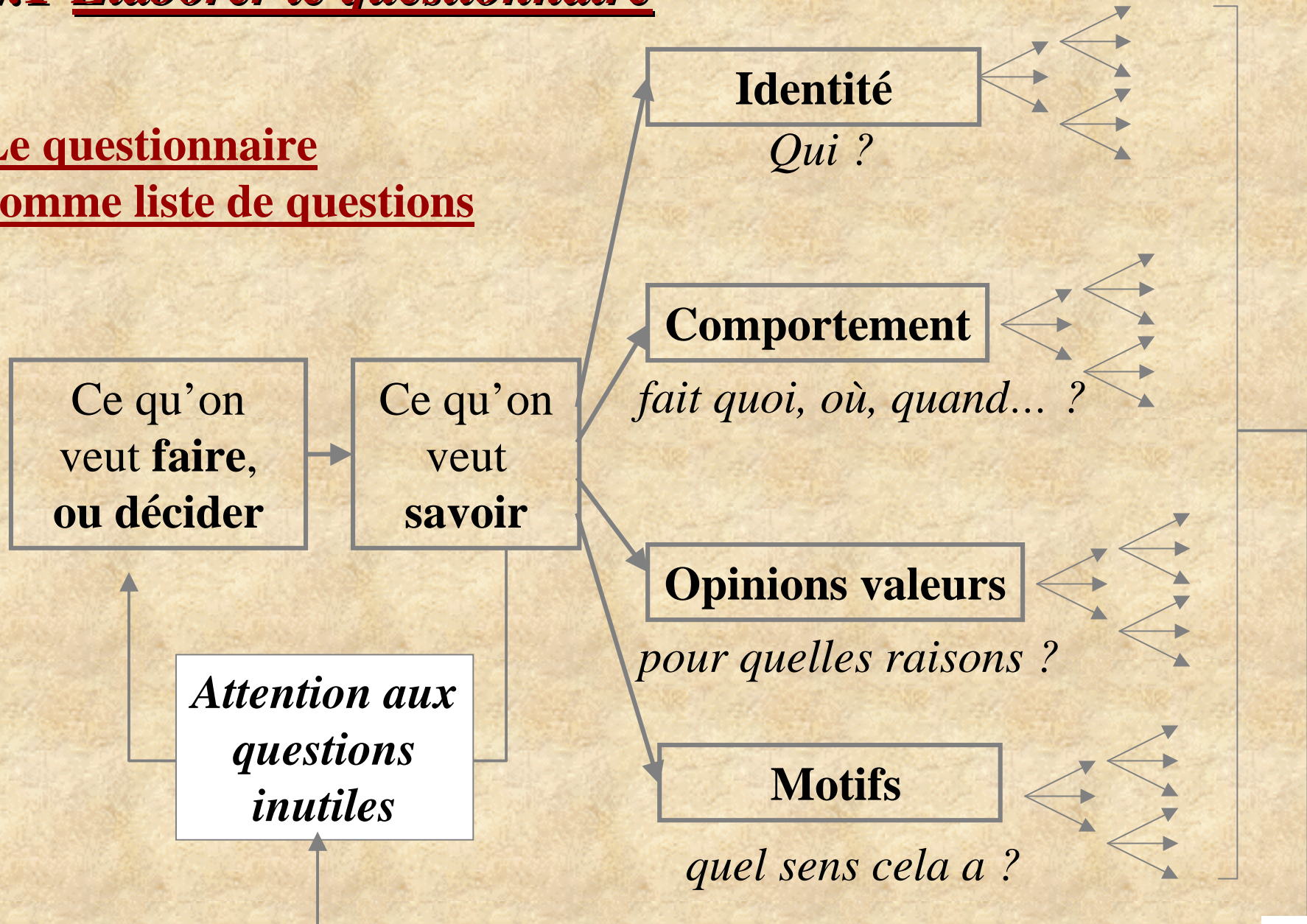
Le questionnaire comme liste de questions

- Les grandes parties
 - *Comportement : fait quoi, où, quand...*
 - *Motifs : pour quelles raisons*
 - *Opinion valeurs : le signifiant, sens des comportements, des opinions*
 - *Identité : qui*



2.1 Elaborer le questionnaire

Le questionnaire comme liste de questions



2.1 Elaborer le questionnaire : sa mise en forme

La séquence des questions..

- **Dans quel ordre poser les questions**
 - Conversation ou interrogatoire ?
 - Rendre explicite les buts de l'étude ou les dissimuler ?
 - La séquence en ouvert fermé, en spontané assisté
- **Renvois : Aller à Si....**
- **Restrictions : Ne poser la question que Si**
- **Attention de ne pas en abuser**
 - Un questionnaire n'est pas un organigramme
 - La rationalité du répondant ne correspond pas nécessairement à celle du chargé d'étude.



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions à réponses fermées

Question n° 2

Libellé :
Vous lisez surtout ...

Variable :
Supports lus

Contrôles... Bibliothèque...

Type

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

Modalités :
Livres ; BD ; journaux ; magazines ;

Barème...

Modifier

4 modalités

Des réponses ont été saisies. Rectifier les modalités question par question.

Changer le type...

< ->

OK Annuler

2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions à réponses fermées

Avantages

- **Facilitent la compréhension de la question**
- **Facilitent l'expression de la réponse**
- **Fixent le sens de la réponse**
- **Facilitent la compilation des réponses**

Inconvénients

- **Limitent les possibilités d'expression du répondant**
- **Influencent les répondants**
- **Provoquent des effets d'ancrage (halo)**



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Question à réponse ouverte texte

Libellé :

Exprimez les remarques éventuelles concernant le fonctionnement de la MLI

Variable :

Remarques éventuelles

Contrôles... Bibliothèque...

Type

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

Réserver l'utilisation de ce type aux questions réellement ouvertes (c'est à dire quand un codage préalable est impossible).

< -> Nouveau titre... Nouvelle question ... OK Annuler



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Question à réponse ouverte texte

Avantages

- **Met le répondant en confiance sur le mode de la conversation et favorise l'empathie**
- **Limite les biais liés à l'influence de la question**
- **Permet de « faire des découvertes »**

Inconvénients

- **Demande un effort et une compétence de parole ou d'écriture de la part du répondant**
- **Pose le problème du sens de la réponse et de sa compréhension**
- **Pose le problème de la synthèse par l'enquêteur**
- **Coûteux à enregistrer et nécessite une analyse lexicale (complexe)**



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Question ouverte ou fermée ?

- Les questions fermées assistent la mémoire aident et orientent le répondant.
- Les questions ouvertes font plutôt appel à la mémoire immédiate et demandent un effort supérieur.
- Toujours fermer les questions quand il existe une nomenclature de référence pour les réponses (facilite l'analyse des données).
- Eviter de fermer si les réponses possibles ne sont que partiellement connues
- Limiter le nombre de questions ouvertes (il s'agit d'un questionnaire et non d'un entretien); par contre, il est intéressant de terminer le questionnaire par une question ouverte et ainsi laisser le répondant s'exprimer



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Réponses multiples

Question n° 4

Libellé :

A quel moment de la journée vous rendez-vous à la MLI ?

Variable : Se rend à la MLI

Contrôles... Bibliothèque...

Type

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

Modalités :

matin ; entre 12h-14h ; 14h-16h ; après 16h ; heures libres ;

3 réponses possibles

5 modalités

Modifier

Réponses ordonnées

Changer le type...

< - >

OK Annuler



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Réponses multiples ou ordonnées

- **Réponses multiples** : les modalités ne sont pas exclusives. Limiter ou non le nombre de réponses possibles.
- **Réponses ordonnées** : classer les modalités selon un ordre donné (préférence, priorité, importance...). Limiter ou non le nombre de modalités à classer.



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Réponses ordonnées

Question n° 4

Libellé :

À quel moment de la journée vous rendez-vous à la MLI ? (si plusieurs réponses, les classer du 1er au dernier par ordre de préférence)

Variable : Se rend à la MLI

Contrôles... Bibliothèque...

Type

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

Modalités :

matin ; entre 12h-14h ; 14h-16h ; après 16h ; heures libres ;

3 réponses possibles

5 mc

Modifier

Réponses ordonnées

Changer le type...

< - >

OK Annuler



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles

Question n° 17

Libellé :
Vous accédez aux ordinateurs à la MLI...

Variable :
Accès aux postes

Type :

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

Noms des échelons :
Très facilement ; facilement ; avec difficulté ; sans aucune difficulté ;

4 modalités
Des réponses ont été saisies. Rectifier les modalités question par question.

Contrôles... Bibliothèque...
Barème... Echelles...
Modifier

Changer le type...
< > OK Annuler



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles

Avantages

- Très pratiques pour recueillir des opinions
- Permettent des « mesures qualitatives »
- Faciles à exploiter

Inconvénients

- Enferment le répondant dans une norme de réponse
- Difficulté à choisir le nombre d'échelons



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles : pour mesurer et graduer les attitudes

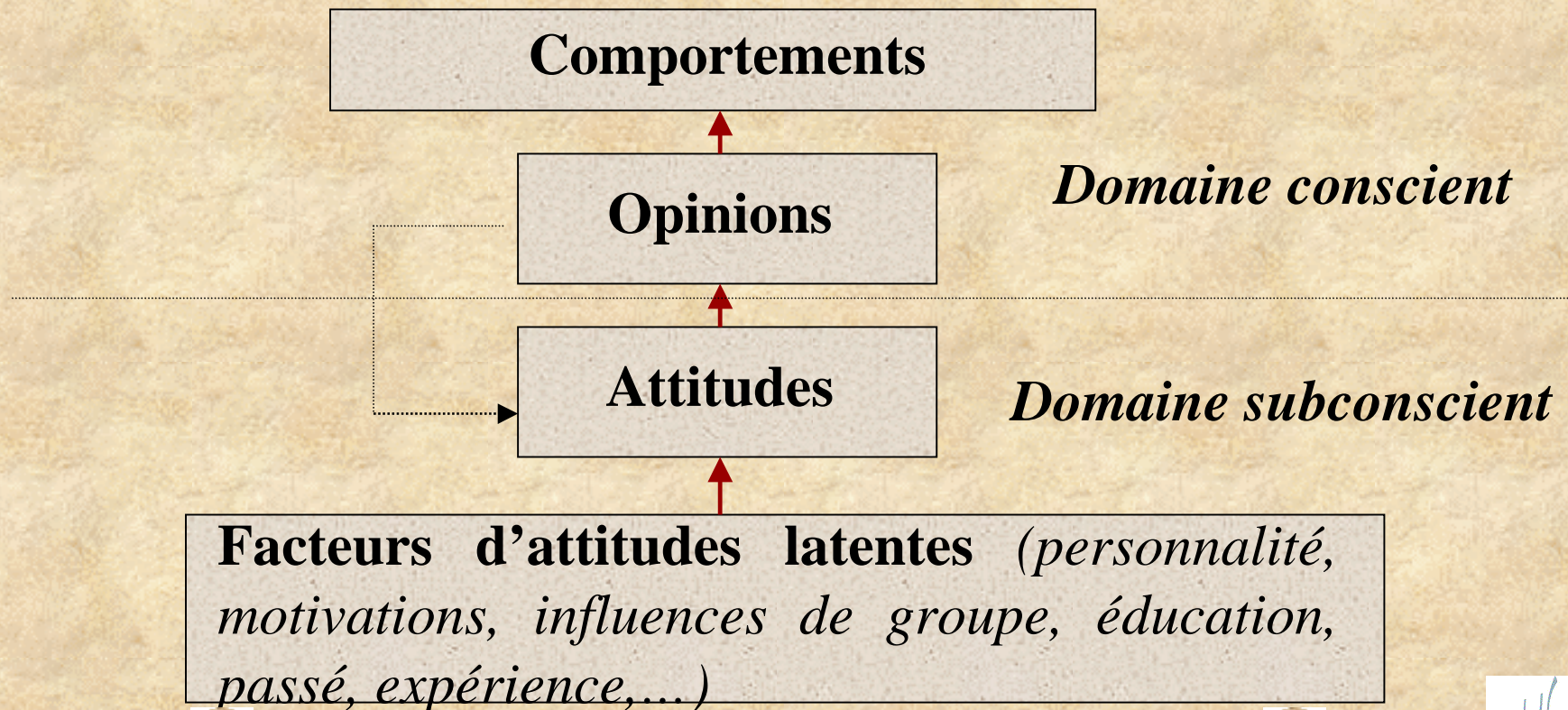
- attitudes, peuvent se manifester par des croyances, des sentiments ou des comportements
- attitudes révèlent le cognitif, l'affectif et le conatif
- attitudes orientent perception, mémorisation, apprentissage, la réaction et la construction de nouvelles attitudes
- Par rapport à l'opinion, l'attitude dispose d'une plus grande constance et d'une plus grande profondeur



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles : pour mesurer et graduer les attitudes

Schématisation de la relation entre les attitudes, les opinions et les comportements :



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles : pour mesurer et graduer les attitudes à partir des opinions



Les échelles permettent de retranscrire quantitativement une donnée aussi qualitative que l'attitude et l'intensité d'une opinion

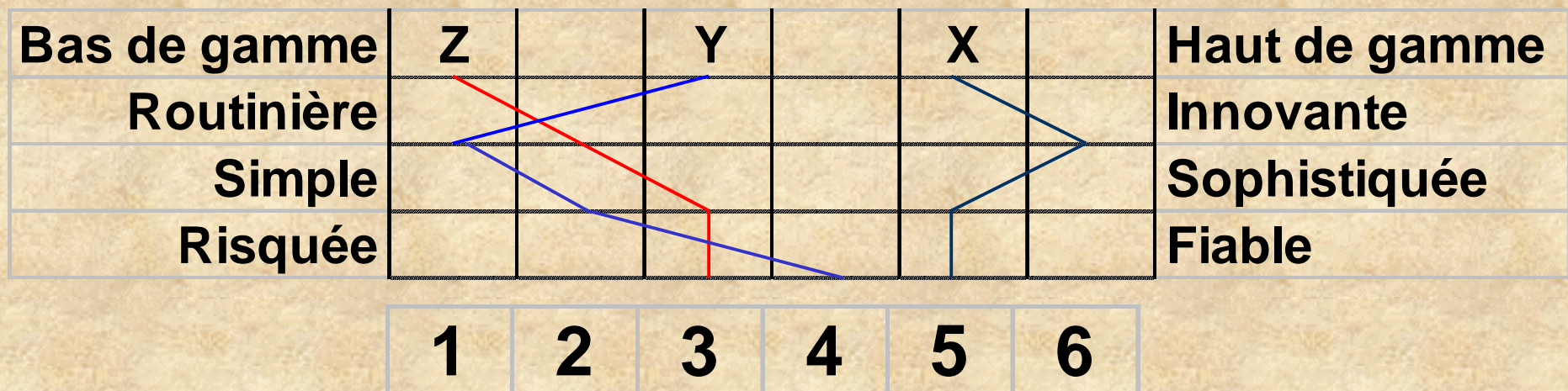


2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles : pour mesurer et graduer les attitudes

« Située ces trois marques concurrentes en fonction des qualités énoncées »

La sémantique différentielle d'Osgood :



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Questions échelles : pour mesurer et graduer les attitudes

« *Vous jugez le produit A* »...

L 'échelle additive de Likert :

Fragile						Solide
	Tout à fait d'accord	d'accord	Sans opinion	Plutôt pas d'accord	Pas d'accord	
	1	2	3	4	5	
	.-2	.-1	0	1	2	



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Traiter les échelles **comme des numériques**

- **Attention aux amplitudes des intervalles :**
 - moins de 10 ans, de 10 à 15, de 15 à 20, de 20 à 25, de 25 à 50, plus de 50
- **Attention au sens de variation et aux effets d'ancrage**
 - Très satisfait; Plutôt satisfait; Plutôt insatisfait, Très insatisfait
- **Une solution : décider de la valeur numérique de chaque échelon**
- **Même nombre d 'intervalle d'une question à l'autre**
- **Même sens d'expression des intervalles d 'une question à l 'autre**



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Question à réponses numériques

Libellé :

Notez de 0 à 20, le plaisir que vous avez à vous rendre à la MLI

Variable :

Note plaisir MLI

Contrôles... Bibliothèque...

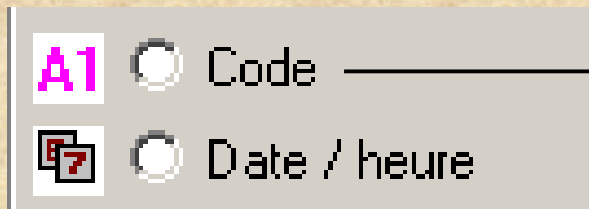
Type

- Fermée (unique)
- Fermée (multiple)
- Fermée (échelle)
- Numérique
- Texte
- Code
- Date / heure
- Image

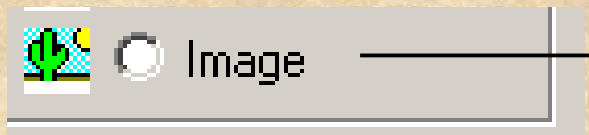
Utiliser le bouton 'Contrôles...' pour donner éventuellement des limites de valeurs possibles.

< - > -> Nouveau titre... Nouvelle question ... OK Annuler

2.1 Elaborer le questionnaire : formulation



→ Codes postaux, codes APE,...



Les modalités ou réponses peuvent avoir la forme d'images; mode d'expression intéressant pour, par exemple, pré-tester des publicités, vérifier l'efficacité d'une campagne de communication ou des styliques produits,...



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

Question à réponses numériques

Avantages

- Elles ont l'objectivité des nombres
- Peuvent permettre la recherche de précision
- Permettent de faire des calculs

Inconvénients

- Elles ont la subjectivité d'une notation (si notation)
- Incompatibles avec l'imprécision ou l'à peu près



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation



Image

(Exemple emprunté à une étude menée par l'Université de Rennes)

Huit flacons de parfum pour femme vous sont proposés. Ces flacons de parfum ont la même contenance (125 ml).

Ils diffèrent seulement par trois caractéristiques :

1°/ La Marques : Hermès, Chanel et Carrefour

2°/ La forme du flacon

3°/ La couleur du flacon

Nous vous demandons d'effectuer les tâches suivantes :

1°/ Ordonnez les 8 flacons de parfum en cliquant en premier sur le flacon qui vous plaît le plus, puis sur celui qui vous plaît le plus parmi les 7 qui reste, et ainsi de suite jusqu'au 8ème.

A B C D E F G H



2.1 Elaborer le questionnaire : formulation

L'art du questionnaire

- Exhaustivité et utilité des questions : adopter les besoins d'information du client.
- Formulation des questions : se fondre dans l'univers des répondants
- Motivation du répondant : expliquer les raisons de l'enquête et le valoriser (capacité d'expertise)
- Séquence des questions : gérer la relation enquêteur-enquêté (empathie)
- Lourdeur du questionnaire : limiter le coût pour le répondant

Une seule solution :

pré-tester le questionnaire en situation réelle



2.2 Produire et analyser des résultats:

Collecter les réponses

Les critères de choix d'un protocole

- Avant l'élaboration du questionnaire, il convient de décider **le mode de collecte** car celui-ci conditionnera les critères de mise en forme et d'expression du questionnaire
- La qualité de la relation conditionne la **qualité des réponses** : bien se faire comprendre, bien comprendre, bien observer.
- Le **coût de la collecte** : production des supports, coût de la diffusion et de la mise en relation, coût de la saisie des réponses sont autant d'éléments à prendre en compte avant de décider un mode d'administration de l'enquête



2.2 Produire et analyser des résultats

Administrer les questionnaires : Collecter les réponses

Tout dépend du protocole de votre étude

- Enquêtes administrées par enquêteurs
 - *Face à face*
 - *Téléphone*
- Enquêtes auto administrées
 - *Diffusion par Internet*
 - *Envoi postal*
 - *Bornes multimédia placées dans un lieux public*
 - *Questionnaires proposés sur un lieu public*



2.2 Produire et analyser des résultats

Administrer les questionnaires : L'auto-administration

Méthodes d'auto-administration	Avantages	Inconvénients	Commentaires
Sur site	<ul style="list-style-type: none">-Simple-Coût faible	<ul style="list-style-type: none">-Identification des répondants-Faible incitation à répondre	<ul style="list-style-type: none">-Vu comme une simple opération publicitaire- absence de relationnel
Par voie postale	<ul style="list-style-type: none">-Large diffusion-Coût limité-Questionnaire long possible	<ul style="list-style-type: none">-Gestion du taux de retour et taux de réponse faible et tardif-Risque de sur-représentation de certaines catégories	<ul style="list-style-type: none">-Adapté pour les clientèles captives et impliquées par l'objet de l'enquête
Par borne interactive	<ul style="list-style-type: none">- Dimension ludique-Coûts de saisie économisés-Questionnement itératif	<ul style="list-style-type: none">-Peu de contrôle-Maintenance du matériel	<ul style="list-style-type: none">-Adapté pour les enquêtes sur un point de vente ou les tests d'évaluation
En réseau	<ul style="list-style-type: none">-coût faible-rapide- absence d'influence de l'enquêteur-large couverture géographique (enquête multisite)	<ul style="list-style-type: none">-Problème d'accès-Identification des répondants	<ul style="list-style-type: none">-Très adapté en intranet et extranet



2.2 Produire et analyser des résultats

Administrer les questionnaires en face à face et de manière assistée

Méthodes assistées	Avantages	Inconvénients	Commentaires
Par téléphone	<ul style="list-style-type: none">-Rapidité d'obtention des réponses- Coût modéré- Large couverture géographique	<ul style="list-style-type: none">-Conditions peu agréables pour le répondant-Le questionnaire ne doit pas être trop long, ni trop impliquant- vérification identité	<ul style="list-style-type: none">-peut nécessiter des prises de rendez-vous préalables
En face à face	<ul style="list-style-type: none">-Convivialité et relationnel pouvant servir une communication d'entreprise-Questionnaires longs possibles-Possibilité de montrer ou de faire tester	<ul style="list-style-type: none">-Risque d'influence de l'enquêteur-Logistique lourde-Coûteux	<ul style="list-style-type: none">-Possibilité d'exploiter des supports (visuels, par exemple)-le face à face nécessite le recours à des enquêteurs professionnels

Rque : les enquêtes par observation directe, très intéressantes pour observer des comportements, relèvent davantage des études qualitatives



2.2 Produire et analyser des résultats

Administrer les questionnaires

- **Enquêtes administrées par enquêteurs**
 - La formation des enquêteurs
 - Règle de prise de contact (zonage, plans d'appels)
 - Consignes pour la passation
 - Le contrôle des enquêteurs
 - Suivi des quotas
 - Contrôles qualitatifs

- **Enquêtes auto administrées**
 - Annonce et publicité sur l'enquête
 - Relances
 - Gratifications pour inciter la réponse

- **Les panels**
 - Former les panélistes
 - Gérer le panel (appels, renouvellement...)



2.3 Produire et analyser des résultats: la saisie des données

Le Sphinx Développement
Copyright 1986-2003

[Site Internet](#)

[Le Club](#)



€ <> F

La Maison du Livre et de l'Image (MLI)



**Elaboration du
questionnaire**

**Collecte des
réponses**

**Traitements
et analyses**

Saisie rapide

Saisie directe

Consulter / Modifier

Changer de strate

Module opérateur

Table

Aperçu



La saisie et ses auxiliaires

2.3 La saisie rapide

Critères de fréquentation de la MLI - En dehors de la MLI, lisez-vous (livres ou journaux, magazines, BD)...

1.Habitude de lecture	-
2.Supports lus	-
3.Fréquence MLI	-
4.Se rend surtout la	-;-;-
5.utilisation MLI pour...	-
6.Matières	-;-;-;-
7.Consultation ONISEP	-
8.Informé(e) modes empr	-
9.Emprunts documents	-
10.Emprunts documents1	-
11.Gêne	-
12.Taille MLI jugée..	-
13.Aménagement MLI	-
14.Utilisation ordinateu	-
15.ordinateur pour...	-
16.Nombre d'ordinateurs	-
17.Accès aux postes	-
18.Maîtrise du thésauru	-
19.Formation thésaurus	-
20.Visite MLI jugée	-
21.Exposition commentée	-
22.Participation MLI	-
23.VOIRE CLASSE	-
24.Section	-

Habitude de lecture

Modalités de réponse :

1. Très souvent
2. souvent
3. rarement
4. jamais

Observation n° 46

Reprendre... Compléter

Ajouter une modalité... Options...

Annuler Terminer



La saisie et ses auxiliaires

2.3 La saisie directe

1. En dehors de la MLI, lisez-vous (livres ou journaux, magazines, BD)...

- 1. Très souvent
- 2. souvent
- 3. rarement
- 4. jamais

Critères de fréquentation de la MLI

Observation n° 46

1 / 24



Compléter

Annuler

Terminer



2.3 Produire et analyser des résultats

La saisie des données

- Saisie des enquêtes par enquêteurs
 - *Atelier de saisie manuel ou scanner*
 - *CATI enquête et saisie au téléphone*
 - *CAPI l'enquêteur utilise un ordinateur pour communiquer et saisir en temps réel*
 - *CAWI pour les enquêtes auto administrées par internet*
 - *PDA l'enquêteur utilise un assistant personnel pour saisir pendant l'interrogation*
- Saisie des enquêtes auto administrées
 - *Internet : le répondant est connecté il répond au travers d'un navigateur internet*
 - *Bornes : clavier ou écran tactile*
 - *Papier : atelier de saisie clavier ou scanner*
- Enquêtes décentralisées et organisation en réseau
 - *Réseau locaux*
 - *Réseaux « disquette »*
 - *Internet, intranet*



2.3 Produire et analyser des résultats

La saisie des données

Pour les questionnaires nécessitant une saisie manuelle , cette dernière sera exécutée par un seul opérateur sur un même poste ou simultanément par plusieurs personnes réparties sur plusieurs postes (saisie multipostes) si le nombre de questionnaires à saisir est important. Il suffira ensuite de regrouper les questionnaires saisis (voir le mode opératoire

Si le questionnaire est administré via Internet, la saisie est effectuée par les répondants eux-mêmes.

La Maison du Livre et de l'Image (MLI)				
Critères de fréquentation de la MLI				
En dehors de la MLI, lisez-vous (livres ou journaux, magazines, BD)...				
<input type="checkbox"/> Très souvent	<input type="checkbox"/> souvent	<input type="checkbox"/> rarement	<input type="checkbox"/> jamais	
Vous lisez surtout ...				
<input type="checkbox"/> Livres	<input type="checkbox"/> BD	<input type="checkbox"/> journaux	<input type="checkbox"/> magazines	
Vous vous rendez à la MLI...				
<input type="checkbox"/> Très régulièrement	<input type="checkbox"/> régulièrement	<input type="checkbox"/> peu souvent	<input type="checkbox"/> jamais	
A quel moment de la journée vous y rendez-vous le plus souvent ?				
<input type="checkbox"/> matin	<input type="checkbox"/> entre 12h-14h	<input type="checkbox"/> 14h-16h	<input type="checkbox"/> après 16h	<input type="checkbox"/> heures libres
Pour quelle raison principale vous rendez-vous à la MLI (Maison du Livre et de l'Image)?				
<input type="checkbox"/> le travail		<input type="checkbox"/> se distraire		

