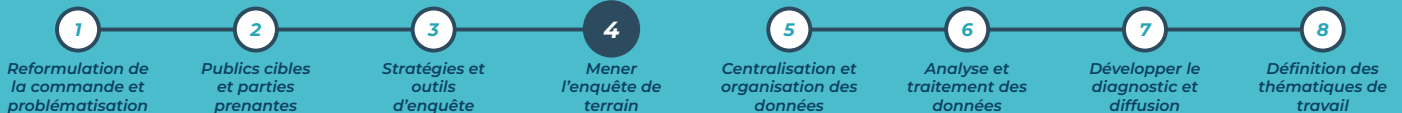


Enquête en ligne

PHASE 1 : DÉCOUVRIR

PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Conduire une enquête quantitative auprès d'un panel d'utilisateurs plus large pour interroger, questionner, évaluer et mesurer attentes, satisfaction et insatisfactions, qualité et non qualité, ... et identifier les priorités.auprès des bénéficiaires d'un service, des équipes, des agents au sein d'une organisation, et des partenaires.

Ce mode d'enquête permet de gérer de plus grand volume de réponses et d'appréhender l'analyse d'un point de vue quantitatif. Pour cela, il faut bien différencier les approches qualitative et quantitative pour déterminer les objectifs et les sujets à explorer dans un questionnaire qui sera passé à des cohortes d'utilisateurs plus importantes que dans une approche qualitative. Aussi, un questionnaire quantitatif doit être construit par rapport à une problématique donnée, mais aussi par rapport aux types de données qui pourront être collectées.

L'enjeu majeur dans ce type d'approche, c'est l'analyse des données et le croisement de sources. En effet, la simple évaluation d'une addition de réponses n'apportera des réponses dans l'analyse que si elle peut être mise en perspective avec un contexte d'usage ou sociologique. Pour cela, il peut être important de construire son analyse en faisant émerger des réponses, des "typologies" qui peuvent ainsi devenir des cadres d'analyse, des clés de lecture de vos résultats.

Conseils et astuces

Les bonnes pratiques pour construire son enquête :

- Poser des questions précises et concrètes
- Simplifier au maximum la formulation des questions
- Intégrer quelques questions ouvertes
- Garantir l'anonymat → RGPD
- Choisir un moment fort pour la passation du questionnaire

Les erreurs à éviter :

- Les questions trop larges et trop longues peuvent avoir un taux de réponse faible
- Les notions que seule une minorité connaît
- Ne posez pas plusieurs questions en une seule

Déroulement

Etape 1 : Préparer l'enquête

- Définir les paramètres de l'enquête en formulant précisément les objectifs de l'enquête en utilisant la méthode SMART (spécifique, mesurable, atteignable, réaliste, temporellement défini).
- Choisir les critères à mesurer en sélectionnant les grands thèmes à explorer et en utilisant les données obtenues lors de l'enquête qualitative préalable. Par exemple: "L'accueil: temps d'attente au téléphone" / "La livraison: délai de livraison".
- Identifier les publics à interroger en délimitant le champ de l'enquête et en ciblant les prestations concernées.

Etape 2 : Élaboration du questionnaire

- Repérer les critères à évaluer en se basant sur les dimensions à explorer.
- Obtenir des informations complémentaires pour catégoriser les répondants, comme l'âge, le genre, le lieu d'habitation, etc.
- Formaliser les items du questionnaire en rédigeant les questions de manière claire et concise.

Etape 3 : Diffusion du questionnaire

- Communiquer sur les canaux de diffusion adéquats pour atteindre le panel cible.
- Transmettre le questionnaire à un panel identifié et leur rappeler de le remplir à une date régulière.
- Clôturer le questionnaire pour pouvoir commencer son analyse.

Etape 4 : Analyser les données recueillies

- Calculer la satisfaction des personnes interrogées en établissant les scores moyens et les pourcentages de satisfaction pour chaque critère et dimension.
- Réaliser des comparaisons et hiérarchiser les résultats obtenus.