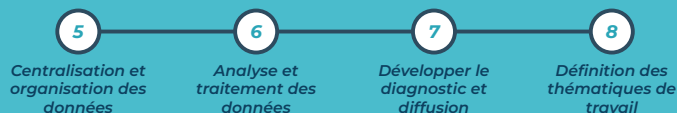


Le “focus group” ou groupe miroir

PHASE 1 : DÉCOUVRIR



PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Le focus groupe est un outil qui vient d'études qualitatives marketing. C'est une technique d'entretien de groupe qui permet de collecter des informations sur un sujet. La discussion est guidée par un facilitateur qui s'appuie sur un guide d'entretien.

Le Focus Group repose sur la dynamique de groupe, il permet d'explorer et de stimuler différents points de vue par la discussion.

Cette technique permet d'évaluer des besoins, des attentes, des satisfactions ou de mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements.

Le Focus groupe sert aussi à tester ou à faire émerger de nouvelles idées.

Déroulement

- Etape 1 : préparer le focus group : cibler les participants, préparer une grille d'entretien, désigner les rôles d'animation
- Etape 2 : animer le focus group avec les participants : poser les questions, distribuer la parole, relancer.
- Etape 3 : analyser les verbatims, les informations collectées.

Conseils et astuces

Désignez plusieurs rôles :

- L'animateur pour poser les questions et redistribuer la parole,
- L'observateur pour noter le maximum d'informations et de verbatim,
- Le maître du temps pour s'assurer du respect du timing,
- Le scribe pour synthétiser en direct les points clés de l'échange,
- Sélectionnez bien les participants au focus group afin de collecter des informations plurielles,
- Assurez-vous d'une bonne répartition de la parole afin que chacun puisse s'exprimer,
- N'orientez pas le débat.