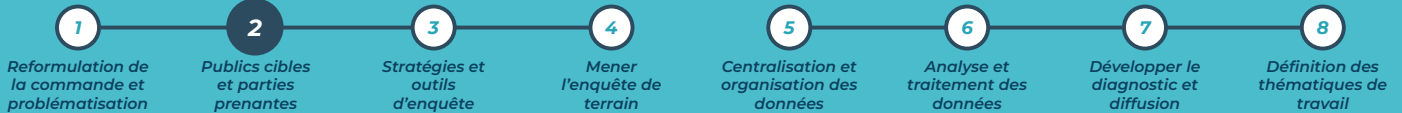


Définir le public à enquêter

PHASE 1 : DÉCOUVRIR

PHASE 2 : DÉFINIR



Objectifs

Il est important de bien cibler son échantillon d'enquête en déterminant qui vous souhaitez interroger et en précisant si votre enquête concerne tout le monde ou bien si les répondants doivent correspondre à certaines caractéristiques. En délimitant votre enquête, vous pourrez avoir un impact plus important sur les réponses que vous collecterez.

Exemple : Je suis une politique publique qui accompagne l'emploi, mon service est l'accompagnement au premier emploi :

- Ma population cible à étudier sera seulement les personnes du service étant venues à leur premier rendez-vous
- Ou bien, ma population cible est l'ensemble des personnes bénéficiant de cet accompagnement (sans forcément avoir fait le premier rendez-vous)

Conseils et astuces

- Définition simple d'un échantillon : "ensemble représentatif d'une « population-mère » possédant les mêmes caractéristiques"
- Le plus important : obtenir un sous-ensemble permettant de prévoir les informations inconnues de la population-source.

Déroulement

1. **Identifier les objectifs de l'enquête** : avant de définir les publics à enquêter, il est important de déterminer les objectifs de l'enquête. Cela vous permettra de cibler les personnes qui ont les informations nécessaires pour atteindre ces objectifs.
2. **Établir un échantillon représentatif** : pour obtenir des résultats fiables, il est important de s'assurer que l'échantillon est représentatif de la population cible. Pour cela, vous pouvez utiliser différentes techniques de sélection d'échantillon, comme la sélection aléatoire simple ou stratifiée.
3. **Déterminer les caractéristiques des personnes à inclure dans l'échantillon** : vous pouvez utiliser différents critères de sélection pour déterminer qui doit être inclus dans l'échantillon, comme l'âge, le genre, l'emplacement géographique, le niveau d'éducation, etc.
4. **Utiliser des sources de données existantes** : il est possible d'utiliser des bases de données existantes pour identifier les publics à enquêter. Par exemple, vous pouvez utiliser des données démographiques pour cibler les personnes qui répondent à certaines caractéristiques.
5. **Mener une étude pilote** : avant de lancer l'enquête auprès de la population cible, vous pouvez mener une étude pilote auprès d'un petit échantillon pour tester les questions et les méthodes d'enquête. Cela vous permettra de vous assurer que l'enquête est bien conçue et adaptée au public cible.