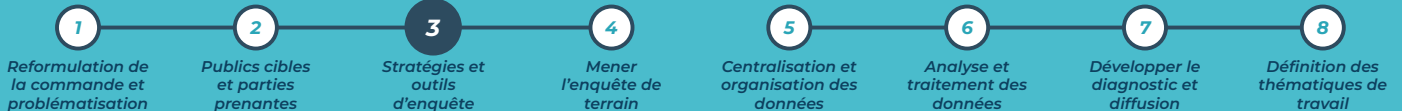


# Cadrer et positionner son enquête

## PHASE 1 : DÉCOUVRIR

## PHASE 2 : DÉFINIR



### Objectifs

**Bien cadrer et positionner son enquête au préalable est essentiel pour garantir la qualité et la pertinence de vos résultats et pour vous assurer que vous obtenez les réponses que vous cherchez. Pour cela, vous devrez préalablement répondre aux questions suivantes :**

- Pourquoi faire une enquête ? Dans quels buts ? quels sont les objectifs ?
- Désirons-nous avoir un outil de suivi continu ? Si oui, sur combien de temps ?
- A quelle période réalisons-nous l'enquête ? (tous les mois, tous les six mois, ou tous les ans...)
- Quels sont les critères que nous voulons évaluer ? Concernent-ils l'ensemble du service ? Sont-ils pertinents ? Permettront-ils de répondre à nos objectifs ?
- Les interrogés font-ils partis de la bonne cible ? Est-ce qu'ils pourront répondre aux questions posées ? Est-ce qu'ils représentent l'ensemble de la population ?

### Conseils et astuces

Il est important de choisir la posture la plus adaptée, comme :

- le décentrage,
- l'écoute active,
- les questions ouvertes,
- la reformulation
- l'esprit curieux.

Selon l'avancement de la réflexion et du projet, il peut être nécessaire d'explorer le sujet pour déterminer les thèmes de recherche, d'affiner les hypothèses, les questions et le problème, de connaître sous un autre angle la question de départ ou la problématique et de déterminer les techniques adéquates en fonction de la balance quantitative/qualitative.

### Déroulement

#### Définir les objectifs de l'enquête :

- Approfondir la problématique de départ (par exemple, en situant les concepts utilisés, comme la simplification, dans une situation spécifique)
- Comprendre les pratiques, les représentations et visions du monde des individus
- Anticiper les besoins et identifier les attentes, les envies et besoins
- Reconstruire ou faire évoluer nos représentations de départ
- Adopter une approche systémique, rétrospective ou prospective
- Mettre nos hypothèses à l'épreuve des faits
- Tester nos hypothèses et mesurer l'écart entre la connaissance recueillie des usagers et les enseignements
- Déterminer les conditions de réalisation d'un nouveau service
- Mettre à jour les représentations (du monde, de l'institution, des interfaces...)
- Faire émerger de nouvelles idées (par rapport à..., en lien avec de possibles améliorations du service)
- Élaborer des parcours type vécus par les enquêtés
- Identifier les contextes de vie et les situations socio-économiques et d'usage

#### Choisir le format d'enquête le plus adapté :

- Entretien face à face
- Enquête collective
- Enquête en groupe homogène
- Enquête à la volée
- Observation distanciée ou participante
- Micro-trottoir
- Questionnaire de satisfaction
- Entretien semi-directif
- Enquête avec des usagers mystères
- Focus group
- Enquête à distance

#### Choisir le mode de centralisation des données :

- Tableaux thématiques croisés
- Tableau à double entrée