

## FICHE MÉTHODE – CRÉER UN QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

C'est un formulaire sur lequel figure l'ensemble des questions posées, sur un sujet donné. On l'utilise pour réaliser des enquêtes.

**Ne pas confondre avec :**

- enquête : il s'agit d'une série de questions posées à un échantillon (population interrogée et représentative) ;
- interview : il s'agit d'une série de questions posées à un seul individu (un spécialiste, un professionnel...).

### 1 - Structure et présentation du questionnaire

- ◆ **En-tête simplifiée** : nom de la PME, logo, adresse complète, coordonnées téléphoniques, mail.
- ◆ **Titre du document** : attrayant (donner envie de remplir le document), il convient de reprendre le sujet de l'enquête (ex : la satisfaction d'un produit), il faut éviter l'utilisation du mot « Questionnaire », terme péjoratif.
- ◆ **Introduction** : nécessaire pour présenter les objectifs de l'enquête, la démarche.
- ◆ **Construction des questions** :
  - rédiger des questions simples, courtes, précises, utiliser un vocabulaire courant ;
  - limiter le nombre des questions (de 20 à 30), ne pas construire un questionnaire trop long afin d'éviter de recueillir des réponses non représentatives ou partielles ;
  - choisir les types de questions :

	Question fermée à choix unique	Question fermée choix multiples	Question fermée échelle	Question fermée ordonnée	Question ouverte
Avantages	Rapidité Simplicité de traitement	Simplicité de traitement et de dépouillement	Mesure à l'aide d'un rapport de grandeur, l'avis ou l'attente du sondé sur certains points précis	Classement des modalités par ordre de préférence, précision de réponses	Richesse de contenu Spontanéité des réponses recueillies
Inconvénient	Peu pratique pour étudier les comportements	Influence les réponses Liste parfois trop longue	Choix des critères suffisamment évocateurs	Classement non supérieur à 3 propositions	Dépouillement et analyse plus long, limiter le nombre de ces questions

- possibilité de regrouper les questions par rubriques (ou parties), commencer par des questions générales et terminer par des questions plus particulières (ex : âge, salaire...) selon la technique de l'entonnoir ;
- numéroter les questions ;
- prévoir une mise en page esthétique, aérée, utiliser des techniques de remplissage de formulaires comme les cases à cocher, lignes de conduite... ;
- à la fin du questionnaire, prévoir des remerciements.

## 2 - Test du questionnaire

Avant de soumettre le questionnaire à la population sélectionnée, le tester, c'est à dire le faire remplir par un nombre réduit de personnes pour corriger les fautes de formulation (questions, réponses), d'orthographe, de grammaire, de mise en page... Vérifier également le temps de remplissage.

## 3 - Administration du questionnaire

Il existe plusieurs techniques :

<b>Le face à face</b>	<b>Les enquêtes par téléphone</b>	<b>Les enquêtes par courriel (mailing) ou par voie numérique (e-mailing)</b>
Permet de toucher directement la cible afin de recueillir les réactions et retours des sondés	Méthode rapide et économique mais nécessite une mise à jour des n° de téléphone des sondés	Rapides mais parfois peu efficaces du fait de l'absence de retour (5 % de retour)

## 4 - Dépouillement du questionnaire

C'est l'une des phases la plus fastidieuse à réaliser. Il est utile d'utiliser un tableur ou un logiciel adapté ou des produits en ligne. L'analyse des données peut se faire sous forme de tris à plat en ventilant les réponses ou de tris croisés plus complexes en « croisant » les résultats.

Tri à plat

	Nombre de réponses	Part relative
<b>Satisfaisant</b>	<b>60</b>	<b>60 %</b>
<b>Insuffisant</b>	<b>40</b>	<b>40 %</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Tri croisé

	Satisfaisant	Insuffisant	Total
<b>Secteur privé</b>	<b>40</b>	<b>25</b>	<b>65</b>
<b>Secteur public</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>35</b>
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

## 5 - Rédaction du rapport de synthèse

Une fois les données extraites et dépouillées, le collaborateur doit alors rédiger un rapport clair et précis qui servira d'outil de gestion pour le décideur.

Ce rapport méthodique mettra en exergue :

- une présentation de l'étude ;
- une synthèse de l'étude avec étude et orientations possibles ;
- les opportunités et les éventuelles menaces (facteurs du marché ayant une influence) ;
- les annexes (quelques représentations graphiques).