

### 1 - Avant de rédiger

Il est nécessaire de rappeler les objectifs de l'enquête, ainsi que son contexte : qui mène l'enquête ? quel est le public visé (nature et nombre) ? quel est l'outil utilisé ? quel est le mode d'administration choisi ?

### 2 - La rédaction du questionnaire

#### A. Définir la structure du questionnaire

- Identifier les éléments qui composent le questionnaire (**Titre**, **Introduction** comprenant la présentation de l'enquête et ses objectifs, des consignes de remplissage et des instructions de retour selon les modalités de recueil, **Conclusion** comportant des remerciements).
- Prévoir les thèmes à aborder.

#### B. Organiser les questions

- Débuter par une question filtre (ou de représentativité).  
Ex. : « Êtes-vous client de notre magasin ? » si l'entreprise veut recueillir uniquement l'opinion de ses clients.
- Au sein de chaque thème, prévoir les questions à poser, les branchements éventuels à effectuer.  
NB : un branchement permet de sélectionner les personnes interrogées en fonction de la réponse antérieure qu'elles ont donnée. Par exemple, à partir de la question 1. « Êtes-vous satisfait de l'accueil du personnel ? », je cherche à savoir pourquoi les personnes ne sont pas satisfaites. Je vais alors poser une question 2. « Pourquoi n'êtes-vous pas satisfait », qui ne s'adressera qu'aux personnes ayant répondu non à la question 1.
- Terminer par les questions signalétiques contenant les informations sur le profil de l'enquêté (âge, sexe, lieu de résidence, situation de famille, etc.)

#### C. Rédiger les questions

##### a. Les types de questions

Elles varient selon les possibilités de réponses pour l'enquêté.

- **Les questions ouvertes** entraînent une réponse libre (un mot, une phrase...)

Ex. : Que pensez-vous du personnel d'accueil du magasin ?

- **Les questions fermées** proposent des réponses à sélectionner.

- **À choix unique (une seule réponse ou case à cocher).**

Ex. : Avez-vous téléchargé l'application du magasin ? Réponse oui/non.

- **À choix multiples appelant une réponse unique parmi la liste ou plusieurs réponses possibles.**

Ex. : Quelles marques de dentifrice connaissez-vous ? Signal/Colgate/Email Diamant/etc.

- **À échelle de valeur** qui va amener l'enquêté à donner un ordre de préférence ou classer les éléments proposés.

Ex. : Notez le service après-vente de notre magasin sur une échelle de 1 à 5 (1 correspondant à un avis très défavorable et 5 à un avis très favorable).

- **À échelle d'appréciation** permettent à l'enquêté de donner un avis ou décrire une situation à partir d'une liste proposée. Ex. : Chez Noël, concessionnaire de la marque Renault, l'accueil est excellent : pas du tout d'accord/pas complètement d'accord/sans avis/d'accord/complètement d'accord.

L'enquêté peut aussi donner son appréciation rapidement à partir de smileys ou d'émoticônes. 😊 😐 😞 😡

##### b. La rédaction des questions

La formulation des questions doit être simple, facile à comprendre.

À éviter : les questions trop longues, les formulations trop vagues ou ambiguës, les doubles négations, poser 2 questions dans la même phrase.

#### D. Tester les questions

C'est une étape indispensable permettant de vérifier la bonne compréhension des questions, de découvrir s'il y a des questions manquantes, d'évaluer le temps nécessaire pour administrer.