

GUIDE DE L'ENQUETE QUALITATIVE DE MARCHE

Par ce petit guide je souhaitais vous transmettre un peu de ces méthodes d'enquêtes qui nous permettent de mieux comprendre les besoins et les attentes des personnes que nous nommons les clients, où les prospects

*Pour étudiants et
débutants*

Introduction:

Un guide complet pour comprendre et appliquer les méthodes d'enquête qualitative. Idéal pour les débutants et les étudiants.

Les enquêtes qualitatives sont un outil puissant pour explorer les besoins, attentes et émotions des individus. Contrairement aux enquêtes quantitatives, elles permettent d'approfondir la compréhension de phénomènes complexes grâce à des méthodes axées sur l'écoute, l'analyse et l'interprétation. Voici un guide exhaustif pour conduire une enquête qualitative, analyser les données collectées et produire un reporting efficace.

1. Préparer une enquête qualitative

Définir l'objectif de l'enquête : Clarifiez vos questions de recherche.
Choisir les méthodes : Entretiens individuels, focus groups, observations.
Techniques d'échantillonnage : Raisonné, quotas, boule de neige, aléatoire.
Recruter les participants et préparer le guide d'entretien.

Préparer les questions du guide d'entretien : ***utiliser la carte mentale pour autour d'un thème afin de bien faire le tour de la question (qui, quoi, que, pourquoi, quand, où, comment ?)***. ***Les questions sont nécessairement des questions ouvertes.***

2. Réaliser l'enquête qualitative

Créer un climat de confiance avec les participants.
Recueillir des données riches en utilisant des questions ouvertes. Utiliser l'écoute active et favoriser l'entretien semi-directif enregistré.

Documenter les échanges (enregistrements et notes).

3. Analyser les données collectées

Transcrire et organiser les données. Pour la transcription des données enregistrées vous pouvez utiliser Clipto, attention un travail de correction sera nécessaire mais vous gagnerez énormément de temps avec ce logiciel.

Coder les réponses manuellement ou avec des logiciels (NVivo, ATLAS.ti). Identifier les thèmes principaux grâce à l'analyse thématique. Utiliser le mind mapping pour structurer vos insights.

4. Faire le reporting

Avant de structurer les résultats de l'enquête, pensez à fournir des datas chiffrés sur le marché ou le sujet de l'enquête. Cela permettra d'enrichir l'analyse et de poser les bonnes questions.

Structurer le rapport avec une introduction, méthodologie, résultats clés, recommandations et annexes. Intégrer des visuels (graphiques, schémas, cartes mentales). Rédiger des conclusions claires et orientées vers l'action.

5. Conseils pour maximiser l'impact

Impliquer les parties prenantes dès le départ. Mentionner les limites de l'enquête pour rester transparent. Précisez l'anonymat et dites-leurs qu'ils recevront gratuitement les résultats par mail.

Croiser les résultats qualitatifs avec des données quantitatives pour plus de crédibilité.



Références et outils recommandés

Outils pour le mind mapping : MindMeister, XMind, Miro.
Logiciels d'analyse qualitative : NVivo, ATLAS.ti, Dedoose.
Sites pour approfondir : ResearchGate, Coursera, ressources universitaires en méthodologie.

Pour le reporting n'hésitez pas à visualiser les résultats en plusieurs dimensions.

Conclusion : synthèse de l'ensemble et préconisations.