

Le questionnaire d'enquête



 ProSportConcept
Formation aux métiers du sport

Qualiopi  La certification qualité a été
processus certifié délivré au titre des actions de

■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

formation



V.231
ProSportConcept
Formation aux métiers du sport

Loïc Pithioud V1.2023-2024

Introduction

- ▶ Le questionnaire est une technique d'interrogation individuelle, standardisée, composée d'une suite de questions présentées dans un ordre prédéfini. L'apparente simplicité du questionnaire en fait une technique d'usage très courant, mais il n'est pas toujours utilisé avec la pertinence et la rigueur méthodologique qui s'imposeraient.

Le questionnaire d'enquête

- ▶ L'utilisation du questionnaire correspond toujours à une volonté de mesurer quelque chose. Son usage s'inscrit dans une logique d'études à vocation descriptive ou explicative et de nature quantitative :
 - ▶ - Pour décrire une population ou un groupe ciblé sur un certain nombre de critères (CSP, niveau d'équipements, comportements...)
 - ▶ - Pour estimer une valeur absolue ou relative
 - ▶ - Pour tester des relations entre variables afin de vérifier et de valider des hypothèses.

Qualités de rédaction

- ▶ 1- Les questions posées doivent attirer l'attention et éveiller l'intérêt de l'enquêté
 - ▶ L'enquêté a plus la liberté de répondre si vous lui demandez "Avez vous une exercice de musculation favori ?" plutôt que si vous lui demandez "Quelle est votre exercice de musculation favori ?«
- ▶ 2- Facilité de compréhension
 - ▶ Le vocabulaire utilisé doit être adapté aux personnes à interroger. Il faut utiliser des mots simples du langage courant et éviter les mots trop techniques, abstraits ou sujets à équivoque. Il faut éviter les questions trop vagues et trop générales et privilégier le détail. Il faut également éviter les doubles interrogations.
- ▶ 3- Les questions posées doivent entraîner des réponses non biaisées
 - ▶ Les questions pouvant provoquer des réponses biaisées sont celles mettant en jeu la mémoire, les désirs, l'éducation, le prestige et le milieu social.

Différentes formes de question

▶ Les questions fermées

Une question fermée est une question dont la formulation contient les modalités de réponse attendues entre lesquelles le répondant doit impérativement choisir sa réponse à l'exclusion de toute autre possibilité. Il existe différents types de questions fermées :

- ▶ A réponses multiples ou à choix multiples : Permet de choisir parmi plusieurs possibilités. Choix limité ou non
- ▶ A réponse unique : Oblige le prospect à choisir une seule réponse parmi les différentes modalités qui lui sont proposées. Question dichotomique ou multichotomique
- ▶ A échelle : Permet d'évaluer le niveau d'acceptation du sondé par rapport à une proposition qui lui est faite. Les expressions faciales sont de plus en plus utilisées.
- ▶ Ordonnée : Permet au sondé de classer différentes propositions dans l'ordre de ses préférences.
- ▶ Avec notation : Permet de s'exprimer librement en notant sur cinq ou sur dix.

▶ Les questions ouvertes

- ▶ Une question ouverte est une question dont la formulation laisse au répondant toute latitude pour construire librement sa réponse et la donner avec ses propres mots.

▶ Les questions filtres

- ▶ Ces questions ont pour but de vérifier l'appartenance de la personne interrogée à la cible et de repérer les enquêtés fantaisistes qui ont répondu sans sincérité. Ne pas confondre avec la question filtrée qui arrive après.

▶ Les échelles d'attitudes

- ▶ Au sens strict, les échelles d'attitudes appartiennent à la catégorie des questions fermées. Compte tenu de leur particularité et de leur importances en marketing/communication, elles sont traitées distinctement. Exemple: l'échelle de LIKERT et celle d'OSGOOD (échelles sémantiques différentielles)

Structure et présentation du questionnaire

▶ Structure

- ▶ Le questionnaire doit comporter trois grandes parties :
 - ▶ L'introduction : doit être formulée de manière à accrocher le répondant
 - ▶ Le corps du questionnaires : questions de connaissance, de comportement, d'attitude, d'intention et d'identification.
 - ▶ La conclusion : consacrée aux remerciements et avis personnel

▶ Présentation

- ▶ La présentation matérielle doit être impeccable et agréable. Les questions seront alignées les unes sous les autres; idem pour les grilles destinées aux réponses.

Le test du questionnaire

- ▶ Toute différence entre le rédacteur et les enquêtés, qu'elle se situe au niveau du langage, de la culture, du mode de raisonnement est un handicap à la bonne communication. C'est pourquoi une fois rédigé, le questionnaire sera testé de sorte à mettre en évidence les difficultés de compréhension des questions ou les difficultés dans les réponses.

La conduite de l'enquête

► Le mode d'administration

- Le choix du mode d'administration, par enquêteur ou auto administré, dépend des objectifs de l'étude et de la qualité d'information recherchée; il influence aussi la conception du questionnaire.
- L'administration par enquêteur permet de motiver le répondant, d'élucider les réponses confuses, de limiter les erreurs de réponses et les non réponses, de contrôler en temps réel la constitution de l'échantillon. Mais il peut influencer l'enquêté : la formation et le contrôle des enquêteurs permettent de réduire ce risque. L'administration par enquêteur peut se faire en face à face (pour les thèmes complexes) ou par téléphone (souplesse et rapidité d'application à moindre coût).
- Pour ce qui concerne l'auto administration, le répondant remplit lui-même le questionnaire reçu par voie postale, télématique ou par voie de presse. Ce mode permet d'atteindre à moindre coût des prospects géographiquement dispersés. Il permet aussi l'étude de sujets sensibles ou tabous que les prospects hésiteraient à traiter devant un enquêteur.

▶ La conduite effective de l'enquête

- ▶ Avant toute enquête sur le terrain, les enquêteurs doivent recevoir une formation en plusieurs étapes : présentation de l'enquêteur, l'enquêteur est formé au questionnaire, l'enquêteur s'entraîne à blanc sur le terrain.
- ▶ Il faut ensuite établir un suivi des enquêteurs et vérifier que le travail a bien été réalisé. Lorsque l'adresse des enquêtés est connue, le contrôle se fait soit en demandant à certains enquêtés tirés au hasard s'ils ont bien reçu un enquêteur, soit en envoyant un second enquêteur.