

Vocabulaire et définitions

L'**enquête** est une recherche méthodique d'information basée sur l'utilisation d'un questionnaire. Elle permet d'interroger une partie de la population : c'est un **sondage**.

Le **questionnaire** est constitué d'une série de questions méthodiquement posées pour pouvoir mieux connaître les besoins afin de prendre une décision.

L'**échantillon** est la partie de la population qui représente la population que l'on veut interroger.

Une **question fermée** est une question qui n'accepte que les réponses proposées (Oui ou Non, Masculin ou Féminin...). Elle peut proposer des réponses multiples (1 à 10, 11 à 20, 21 à 30...) mais doit prévoir tous les cas de réponses possibles.

Une **question ouverte** est une question qui laisse la personne interrogée s'exprimer librement (Ex : Pourquoi préférez vous les grandes surfaces?... Citez deux noms de grandes surfaces...)

Si une question ouverte peut apporter plus d'informations, elle reste plus difficile à traiter qu'une question fermée.

Lors de la rédaction d'une question fermée, on fera attention à prévoir **tous les cas** (on pourra proposer une réponse du type "[] autre " par exemple)



Méthodologie pour réaliser le questionnaire

Pour pouvoir définir au mieux les attentes des consommateurs, il faut étudier le marché. Il faut donc définir à qui s'adresse le questionnaire, c'est à dire définir la population concernée par le produit.

Pour réaliser le questionnaire il faut rédiger des questions qui permettent d'identifier la personne interrogée (âge, sexe, profession...)

Il faut aussi rédiger des questions qui portent sur le produit proprement dit, sur ces qualités attendues, sur la façon de l'utiliser, sur la façon de l'acheter et sur son prix.

Pour pouvoir vendre notre produit, il est impératif de savoir où et à quel prix la personne interrogée l'achètera. Chaque personne a une idée du prix d'un produit. C'est ce qu'on appelle le prix psychologique.

Le **prix psychologique** est le prix qu'une personne accepte de payer pour un objet donné. Il correspond au prix au-delà duquel le produit est considéré comme trop cher et, au prix en dessous duquel le produit ne peut pas être de bonne qualité.

De plus quand on interrogera une personne, il peut être utile de lui présenter, au moyen d'un texte court, l'objet du questionnaire ainsi que le contexte de l'enquête.

De même on ne manquera pas de remercier la personne que vous venez d'interroger, en insistant notamment sur l'importance des renseignements qu'elle nous aura fournis.