

| | | | |
|------------------------|------------|-------------|--------|
| Réalisation sur projet | Le sondage | TECHNOLOGIE | |
| Projet4.1Leçon | | | |
| Nom : | Prénom : | Classe : | Date : |

Étape du Projet :

| | | | | | | | |
|--------------------|------------------------|-----------|---------|----------------|------------|----------|----------------|
| Analyser le besoin | Étudier la faisabilité | Concevoir | Définir | Industrialiser | homologuer | Produire | Commercialiser |
|--------------------|------------------------|-----------|---------|----------------|------------|----------|----------------|

Service de l'entreprise :

| | | | | |
|-------------------|----------------|---------------------|---------|--------------------|
| Service Marketing | Bureau d'étude | Bureau des méthodes | Atelier | Service commercial |
|-------------------|----------------|---------------------|---------|--------------------|

Objectif :

LE SONDAGE POURQUOI ?

L'enquête ou étude de marché se fait généralement sous forme de sondage.

Le sondage se fait par l'intermédiaire d'un questionnaire, c'est à dire une liste de questions méthodiquement préparées, que l'on adresse à la cible potentielle du futur produit.

La cible est constituée des éventuels clients à qui on demande par le biais de l'enquête d'indiquer leurs exigences pour le produit que nous souhaitons fabriquer.

Demander leurs avis aux consommateurs correspond en fait à valider le besoin, c'est à dire à fabriquer un objet dont les clients sont demandeurs.

Par définition, le besoin correspond aux attentes des consommateurs.



DEROULEMENT DE L'ENQUETE

L'enquête se fait directement auprès des clients par un questionnaire.

Des résultats d'enquêtes diverses sont disponibles à l'INSEE (Institut National des Statistiques et des Études Économiques).

La méthode permettant de mener à bien une enquête est visualisée ci-dessous :

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1°) Fixer les objectifs de l'enquête | 5°) Administrer le questionnaire |
| 2°) Définir la population et l'échantillon à interroger | 6°) Dépouiller les résultats |
| 3°) Rédiger le questionnaire | 7°) Effectuer la synthèse |
| 4°) Tester et optimiser le questionnaire | |

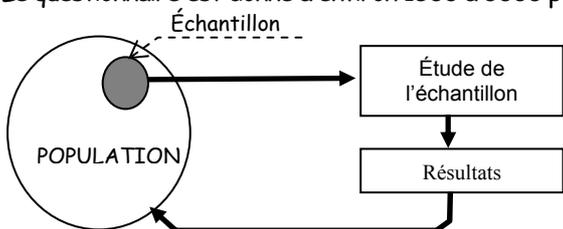
1/ FIXER LES OBJECTIFS DE L'ENQUÊTE

L'enquête doit permettre à l'entreprise :

- de connaître le nombre de personnes possédant déjà le produit,
- de recenser les avantages et les inconvénients du produit,
- de cerner les attentes des futurs clients, afin de bien concevoir son produit et d'adopter une politique de vente.

2 - DÉFINIR LA POPULATION ET L'ÉCHANTILLON A INTERROGER

Le questionnaire est donné à environ 1500 à 3000 personnes représentatives de la population. (= l'échantillon).



Si l'échantillon de la population est bien représentatif, les résultats obtenus sont voisins de ceux de la population entière.



3 - RÉDIGER LE QUESTIONNAIRE

Les règles de rédaction d'un questionnaire

1/ Il doit posséder une introduction qui présente rapidement l'objet de l'enquête et vous-mêmes.

2/ Les questions doivent être courtes et précises.

3/ Bien étudier leur ordre. En général, elles sont présentées par blocs portant chacun sur un thème

4/ Sans être obligatoire et tout en restant anonyme, il est toujours utile d'obtenir des informations d'ordre général sur la personne qui répond (tranche d'âge, sexe, ...)

5/ En fin de questionnaire, pensez à remercier la personne qui vous a consacré du temps pour vous répondre.



Les styles de questions

1/ Le questionnaire comporte deux parties :

- ✓ une sur la **personne**
- ✓ et une autre sur le **produit**

2/ le questionnaire doit pouvoir répondre à ces questions :

- Existe-t-il un besoin ?
- Qui sont les personnes sondées ?
- Que souhaitent-ils ?
- Quelle est la concurrence ?

Les 4 différents types de questions

Le nombre de questions varie entre 10 et 20. Nous en distinguons **plusieurs types** :

Questions « fermées »

Ces questions proposent DEUX réponses, l'enquêté choisit.

Questions « ouvertes »

Elles permettent à l'enquêté de dire ce qu'il pense. Ces questions sont difficiles à dépouiller.

Questions à choix multiples : QCM

L'enquêté choisit parmi des réponses qui lui sont proposées.

Questions avec classement

L'enquêté classe les réponses selon ses références.

4 - TESTER ET OPTIMISER LE QUESTIONNAIRE

Il faut administrer le questionnaire à quelques personnes pour le modifier et le compléter en fonction de leurs réactions.



5 - ADMINISTRER LE QUESTIONNAIRE

1/ **Sélectionner et former les enquêteurs** en fonction de la **technique adoptée**.

2/ **Les différentes techniques**, on distingue les enquêtes :

dans la rue, | à domicile, | par correspondance, | par téléphone, | par Minitel | Internet.



6 - DÉPOUILLER LES RÉSULTATS

Le dépouillement et l'analyse sont informatisés à l'aide d'un **TABLEUR-GRAPHEUR**.

Les résultats recueillis sont regroupés sous forme de tableaux puis synthétisés sous forme de graphiques.



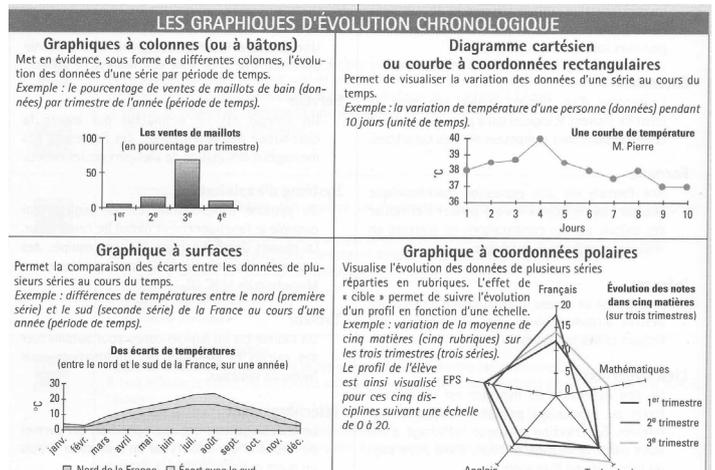
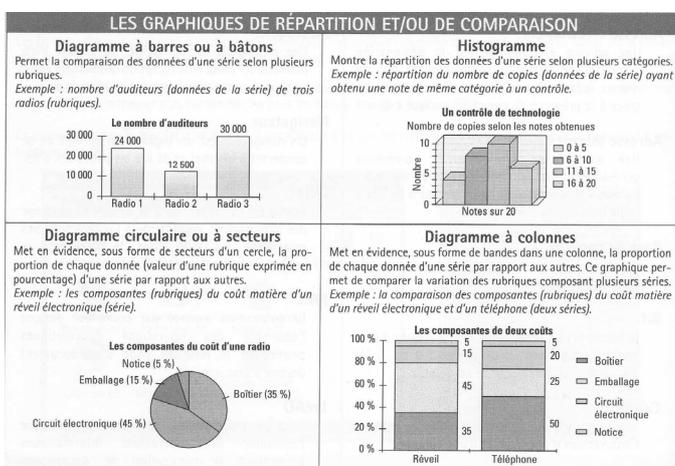
7 - EFFECTUER LA SYNTHÈSE

C'est la prise de décision conduisant à des actions :

- on abandonne le projet,
- on décide de concevoir le produit en se référant aux résultats obtenus.



LES DIFFÉRENTS TYPES DE GRAPHIQUES



DEFINITIONS

Cible : Ensemble des clients potentiels visés par un produit

Échantillon : Partie d'un ensemble de personnes sélectionnées

Enquête : Recherche méthodique d'informations

Questionnaire : Série de questions posées pour collecter des informations

| | | | |
|------------------------|------------|-------------|---|
| Réalisation sur projet | Le sondage | TECHNOLOGIE |  |
| Projet4.3Leçon | | | |
| Nom : | Prénom : | Classe : | Date : |

Exercices :

1) Classe les "étapes" dans l'ordre qui te paraît le plus logique.

| N° | Étape | Explication | N° | Étape | Explication |
|----|---------------------------------------|---|----|---------------------------------------|---|
| | Rédiger le questionnaire | Il faut choisir le type de question et la mise en page du questionnaire. | | Effectuer la synthèse | On évalue les résultats et on prend les décisions |
| | Administrer le questionnaire | Le questionnaire est diffusé auprès des personnes à interroger, dans la rue, par téléphone, par courrier. | | Définir les clients potentiels | Le service marketing doit connaître la cible. |
| | Déterminer la taille de l'échantillon | Il faut fixer le nombre de personnes qui seront interrogés pour que l'exploitation soit fiable. | | Sélectionner et former les enquêteurs | Les enquêteurs doivent être informés sur les objectifs, le contenu et la méthode d'administration. |
| | Fixer les objectifs de l'enquête | L'entreprise doit préciser sa politique commerciale en fonction des besoins des consommateurs | | Dépouiller les résultats | Les réponses sont regroupées et classées. Les résultats peuvent être visualisés à l'aide de graphiques. |

2) Les objectifs d'une enquête

Une enquête permet de :

3) La partie de la population à qui on soumet le questionnaire s'appelle
Cela représente en généralepersonnes.

4) Les 4 types de questions. (Pour chaque question, faire correspondre le type de question).

| Questions | Types de question |
|---|---------------------------------------|
| Possédez-vous un scooter ? (A) | (1) Question fermée à classement |
| Quel(s) sport(s) pratiquez-vous? Football <input type="checkbox"/> Tennis <input type="checkbox"/> Cyclisme <input type="checkbox"/> Athlétisme <input type="checkbox"/> Basket-ball <input type="checkbox"/> Autres:..... (B) | (2) Question ouverte |
| Que pensez-vous des O G M. (Organismes Génétiquement Modifiés) ? (C) | (3) Question fermée à choix multiples |
| Comment vous déplacez-vous le plus souvent ? (Classez de 1 à 6 selon vos habitudes) A pied (...) En voiture (...) (D) En vélo (...) En deux roues à moteur (...) En bus (...) En train (...) | (4) Question fermée à réponse unique |

5) Comment fait-on pour tester un questionnaire ?

.....
6) Pour administrer un questionnaire correctement, il faut :

et on peut utiliser différentes techniques comme :

1. 3.
2. 4.

7) Quel outil peut-on utiliser pour réaliser le dépouillement ?

.....

8) Effectuer la synthèse, consiste

