TOUBACHE Ali

Professeur Université Oran 2

Master marketing industriel

Cours étude de marché

**TRAVAIL D’ENQUETE :**

**CHECK-LIST DES ERREURS A EVITER**

Bachelet R. (2012) « Analyse & traitement de données : Le questionnaire », Ecole Centrale de Lille, ppt, 38 p.

1. **Définition de l’objet de l’enquête et de la population cible**

•Le demandeur ne sait pas ce qu’il veut

•Caractérisation de la population cible incorrecte (trop large, trop restrictive)

•Ambitions trop larges par rapport aux moyens disponibles

1. **Pré-enquête d’exploration du sujet**

•Pas d’exploration ou exploration bâclée (pas de contact avec les bons experts, ‘cobayes’ non représentatifs)

•Partialité

1. **Définition finale des objectifs et hypothèses de l’enquête**

•Hypothèses non explicitées, objectif incorrect

1. **Mise au point du questionnaire**

•Mauvaise rédaction des questions ou des explications accompagnant le questionnaire, échelles incorrectes, biais de présentation …

1. **Test du questionnaire**

•Test trop sommaire (préférer la présence d’un enquêteur pour suivre et noter les réactions des répondants en temps réel)

•Pas de suivi des préconisations (questions inutiles non supprimées, questions manquantes non ajoutées.)

1. **Campagne de collecte de données**

•Échantillon insuffisant ; campagne trop courte

•Protocole non respecté (typiquement : formation des enquêteurs insuffisante)

1. **Bouclage de la campagne de collecte**

•Pas d’analyse des non-réponses, ou des biais de l’échantillon

•Données finales non validées / stockées sous forme exploitable

•Contexte de la collecte non mémorisé

1. **Dépouillement/analyse des résultats**

•Partialité de l’analyste

•Méthodologies statistiques pas au point

1. **Rapport final**

•Pas de théorie testée ou théorie/ intérêt de l’étude non expliqué

•Attention aux informations divulguées / confidentialité

•Ne présente pas les limites de l’enquête, ses méthodes

•Conclusions peu claires