

Explorer les comportements, attentes et opinions



Identifier l'origine des attentes, comprendre finement les motivations, expliquer les processus de choix des clients actuels ou potentiels, tels sont les objectifs des enquêtes qualitatives.

Pour éclairer sereinement les orientations et les solutions opérationnelles d'un projet donné auprès de clients ciblés, il est utile de connaître les logiques d'utilisation des espaces, d'être en possession de leurs perceptions et de leurs réactions, de comprendre en profondeur les logiques de pensées et la structure des représentations mentales associées.

Autorisant une écoute fine des clients, les enquêtes qualitatives permettent d'éclairer et de guider sereinement les orientations opérationnelles en matière :

- > d'aménagement d'un site (perceptions et logiques d'utilisation des espaces, des équipements, des services)
- > d'élaboration d'un questionnaire d'enquête quantitative (thématiques à retenir, libellé des questions, formulation des modalités de réponse)
- > de définition d'un argumentaire porteur en interne ou auprès du grand-public (territoire de marque, vecteurs porteurs de communication, bénéfiques clients).

EFFIA, qui réalise régulièrement ce type d'enquête, propose aux donneurs d'ordres les méthodes et les protocoles d'investigation appropriés pour restituer toute la valeur ajoutée des données recueillies.

> Pourquoi une enquête qualitative ?

Les techniques qualitatives sont dédiées aux problématiques de compréhension et d'explication détaillées des attitudes, des représentations et des appréciations des consommateurs.

Avant de quantifier les comportements ou les opinions, de hiérarchiser les attentes, il est nécessaire d'explorer et d'analyser en profondeur les fondements et les motivations :

- > des attitudes
- > des conduites d'achat
- > des pratiques de fréquentation adoptées par les clients



> Les méthodes attachées aux études qualitatives

Ces méthodes relèvent des registres suivants :

- > Entretiens individuels (libres ou semi-directifs)
- > Réunions de groupe (focus-group ou table-ronde)
- > Groupe de créativité (brain-storming ou session d'experts)
- > Observations sur site des comportements

> Des outils de restitution adaptés et performants

Les restitutions d'EFFIA héritent de son savoir-faire cartographique. Elles proposent aux décideurs des diagrammes immédiatement instructifs pour représenter les avis, opinions, perceptions liés à l'objet étudié, les réactions exprimées par les clients sur les différentes thématiques étudiées.

Ces cartes constituent de véritables feuilles de route, détaillées et argumentées, destinées à guider et à accompagner le donneur d'ordre pour décider des choix et des solutions à retenir.

> Une compétence exclusive EFFIA

Quelles que soient la méthode et la modalité d'investigation retenues (individuelle ou collective), la trame de déroulement de l'entretien ou de la réunion de groupe est le fil conducteur primordial.

Différents registres d'expression sont proposés aux participants : projections, narrations, associations et rationalisations. Nos analystes accèdent ainsi aux fondements des attitudes collectives et des opinions personnelles des clients.

> Quelques références :

SNCF DIF (stationnement P+R), Keolis-SMTC (réseau), Conseil Régional d'Alsace (lignes TER), RVI Sarazin (concept de service), SNCF Gare de Feyzin (aménagement), EFFIA Stationnement-Parking TGV (club clients).

