#### BIOC 1 DEVELOPPER LA RELATION CLIENT et ASSURER LA VENTE CONSEIL

# 2.3 Les études commerciales qualitatives

# Activité pédagogique

Réaliser une étude qualitative en organisant une réunion de groupe / entretien collectif / focus group sur le thème : l'utilisation des réseaux sociaux par les millenials ou digital natives ou génération Y

#### Classe entière

- Travail collaboratif avec l'ensemble des étudiants
- Lire les documents et regarder les vidéos sur les enquêtes qualitatives et les principes du focus group
- Organiser un focus group en appliquant la méthodologie
- Temps imparti 20h

# **Objectifs**

- être capable de mener une étude commerciale qualitative
- participer à un travail collaboratif et savoir gérer un travail de groupe
- travailler en autonomie
- savoir communiquer
- avoir une attitude professionnelle
- savoir gérer son temps de travail
- savoir planifier son travail

#### Compétence 2 Réaliser et exploiter des études commerciales

Être capable d'organiser une réunion de groupe dans le cadre des études commerciales qualitatives

Le thème de l'enquête porte sur l'utilisation des réseaux sociaux par les millenials ou digital natives ou génération Y

#### **Consignes**

- Préparer l'entretien : s'informer sur les réseaux sociaux et sur les enquêtes qualitatives, définir une problématique en lien avec le thème, les thèmes à aborder, les questions
- Organiser et mener l'entretien : lieu, durée, définir le nombre de participants au focus group
- Répartir les rôles : l'(les) animateur(s), le modérateur, les participants au focus group, les observateurs, le(s) vidéaste(s)...
- Définir les modalités du focus group, préparer les directives à donner aux participants, définir le rôle des intervenants
- Filmer l'entretien
- Collecter les informations, les classer
- Synthétiser, analyser les résultats / voir la méthodologie des enquêtes 2.1 Les études commerciales quantitatives
- + 2.2 Les études commerciales qualitatives qualitative
- Présenter oralement le travail fourni, remettre la vidéo et le dossier support de l'étude
- Respecter les gestes barrière

#### Ressources:

- ► Cours bloc1 DRC&VC 2 Réaliser des études commerciales 2.3 Les études qualitatives + Fiches ressources NATHAN
- ► <u>Cours Management de l'équipe commerciale</u> Organiser le travail (analyser et répartir les tâches, planifier le travail) + Animer, stimuler (accompagner et motiver, conduire une réunion, gérer les conflits) + Gérer les situations de crise + Evaluer les performances individuelles et collectives
- + NATHAN TECHNIQUE Fiches ressources
- ► Cours CEJM 2ème année 4 L'impact du numérique sur la vie de l'entreprise + NATHAN TECHNIQUE

► Votre expérience personnelle, professionnelle

# II. Rappels : qu'est-ce qu'une étude qualitative ? Ses modalités ?

Quelques sources d'information

- ► Manuel : Développement de la Relation Client et la Vente Conseil / chap 3 Réaliser des enquêtes commerciales quantitatives et qualitatives
- ► Les cours : 2. Réaliser des études commerciales /2.1 + 2.2 + 2.3
- ► https://qualite.ooreka.fr/astuce/voir/685593/etude-qualitative À jour en septembre 2020

#### Étude qualitative

- Étude qualitative : objectifs et spécificité
- Différents types d'études qualitatives
- Synthèse de l'étude qualitative

Une étude qualitative est destinée à comprendre les attitudes ou les comportements d'une population.

Elle est souvent réalisée à travers des entretiens collectifs (focus groups) ou individuels.

La notion d'étude qualitative s'oppose généralement à celle d'étude quantitative qui cherche à quantifier un phénomène, par exemple l'audience d'un programme TV.

#### Étude qualitative : objectifs et spécificité

Une étude de marché permet d'obtenir des remontées d'information sur des clients potentiels.

On distingue généralement les études quantitatives et les études qualitatives :

- une **étude quantitative** consiste à répondre à la question « combien ». Ainsi, une entreprise peut chercher à savoir à combien se monte sa part de marché, un fabricant de jeux vidéo à quantifier son taux de pénétration auprès des consommateurs concernés par une campagne de pub, etc. ;
- une **étude qualitative** est destinée à répondre à la question « pourquoi ». Elle vise à comprendre les caractéristiques d'une population, ses habitudes et ce qui peut freiner ou accélérer les ventes d'un produit.

**Exemple** : une entreprise peut chercher à comprendre non pas combien de personnes sont intéressées par un achat en LOA, mais pourquoi elles sont tentées par cette option plutôt que par un crédit classique.

L'étude qualitative est donc une sorte de maïeutique destinée à faire remonter les états d'âme et les attitudes de ses clients potentiels et/ou à connaître aussi finement que possible le comportement de ses prospects.

En pratique, une étude qualitative permet de :

rechercher des idées auxquelles associer un nouveau produit ;

- trouver les messages à véhiculer ;
- tester une campagne publicitaire, des produits ou des services, etc.;
- comprendre les comportements de consommateurs ;
- voir émerger de nouveaux modes de consommation.

## Différents types d'études qualitatives

Il existe 3 types d'études qualitatives : les réunions de groupe, les entretiens en face à face et l'observation.

## Les réunions de groupe

Encore appelées « focus group », il s'agit de discussions semi-structurées mettant en scène un petit groupe d'individus (6 à 8 personnes) impliqués par le sujet d'étude : lancement de produit ou de service, étude d'image, test de packaging, etc.

L'échantillon est sélectionné de façon à pouvoir satisfaire l'objectif de l'étude. L'animateur a pour rôle d'inciter les participants à exprimer leurs idées et à interagir les uns avec les autres.

Bon à savoir : généralement, ces réunions sont filmées afin d'être étudiées a posteriori.

#### Les entretiens individuels

Ils se passent entre un consommateur et un chargé d'étude. La discussion s'engage à partir d'un guide d'entretien. L'objectif est de faire ressortir les comportements à travers des questions qui ne doivent pas influencer la personne interviewée.

#### L'observation

Ce type d'étude de marché consiste à suivre et étudier de façon méthodique les comportements des consommateurs dans leur environnement, de préférence sans qu'ils le sachent.

Cette méthode peut par exemple être utile pour comprendre les réactions de consommateurs à l'intérieur d'une grande surface, face à un linéaire ou dans un système de signes plus complexe comme celui d'une gare, d'un aéroport, etc.

#### Synthèse de l'étude qualitative

Le résultat de l'enquête qualitative est obtenu en analysant les discours recueillis. Le chargé d'étude commence par répertorier l'ensemble des thèmes abordés par les répondants lors des différents entretiens. Puis, il liste l'ensemble des thèmes abordés avant de les regrouper par thématique.

Le travail s'achève avec l'analyse transversale des thèmes. Elle permet de dégager des conclusions et de faire des préconisations. Chaque thème est associé aux verbatim des répondants.

▶ <a href="https://www.definitions-marketing.com/definition/etude-qualitative">https://www.definitions-marketing.com/definition/etude-qualitative</a>

#### https://youtu.be/loaskH 19cs

E

Un exemple de résultats d'une étude qualitative pour un titre de presse :



rganiser un focus group 201

#### https://youtu.be/j\_cUnlQl29Q

Un exemple de focus groupe :



# II. Comment organiser un focus group

# https://www.scribbr.fr/methodologie/etude-qualitative

#### Comment mener une étude qualitative en 8 étapes ?

Afin de mener une étude qualitative qui soit le plus efficace possible pour le travail de recherche effectué, il est utile de respecter un processus défini.

#### Les 8 étapes pour faire une étude qualitative

Voici les étapes à suivre pour effectuer une étude qualitative.

- 1. **Délimitation de la question de recherche** : il vous faut établir une problématique autour du phénomène, du sujet ou du fait à analyser.
- 2. **Hypothèses** : à partir de votre question de recherche, vous aller définir des hypothèses que vous voudrez vérifier avec une méthode de recherche qualitative.
- 3. **Choix de la méthode** : choisissez la méthode qui vous correspond le mieux (observations, entretien, focus group ...).
- 4. **Définition de l'échantillon** : poursuivez désormais en définissant l'échantillon (Qui questionner ? Combien de personnes ?). Interrogez-vous sur la pertinence de l'échantillon par rapport à vos hypothèses.
- 5. **Préparation**: pensez à bien cadrer votre recherche, à maîtriser au mieux le sujet, à savoir exactement ce que vous voulez obtenir comme informations.
- 6. **Collecte des données qualitatives** : collectez les données qui vous apporteront des éléments de réponse essentiels.
- 7. **Analyse** : il vous faudra retranscrire, décrypter et utiliser un codage pour analyser vos données. Vous pourrez ensuite écrire la conclusion de l'étude qualitative à partir des éléments analysés.
- 8. **Présentation dans un travail de recherche** : les données collectées et analysées peuvent désormais être présentées dans un document académique (thèses, mémoire, article scientifique...).

#### Les 3 phases de l'étude qualitative

#### En résumé, le processus de l'étude qualitative étudié ci-dessus se décline en trois phases de travail.

Phase 1	Phase 2	Phase 3
Recueil de l'information  Cette première étape du travail est primordiale : la crédibilité de votre étude qualitative repose sur la qualité	Traitement de l'information Cette phase doit faire le lien entre le recueil de l'information et l'analyse : il s'agit ici de synthétiser les données récoltées afin de produire en phase 3, une analyse la plus	Analyse de l'information Dans un troisième temps, l'analyse des données retranscrites et synthétisées vous permettra d'élaborer votre
et l'intérêt des informations recueillies.	pertinente possible.	conclusion.

Phase 1	Phase 2	Phase 3
<ul><li>Observations</li><li>Entretiens</li><li>Focus group</li></ul>	<ul><li>Retranscription</li><li>Synthèse</li><li>Tableau récapitulatif</li></ul>	<ul><li>Analyse des données</li><li>Conclusion</li></ul>

# L'analyse des données d'une étude qualitative

Une fois collectées, il faut analyser les données qualitatives obtenues. Plusieurs approches sont possibles en fonction de votre objectif de recherche :

- Mettre en exergue des régularités.
- Expliquer la signification d'un texte ou comportement.
- Apporter une nouvelle réflexion.
- Étudier différentes dimensions d'un concept.

Pour analyser des données récoltées par entretien, il est possible de procéder de la façon suivante :

- 1. Retranscrire l'entretien : des logiciels existent pour vous aider.
- 2. Étudiez le texte et codifiez-le : utilisez le même système de codification pour vos différents entretiens.
- 3. Comparer les codifications et rechercher des régularités : ces modèles forment la base de votre analyse finale.
- 4. Les résultats de l'étude qualitative sont généralement décrits avec des mots, mais il est aussi possible d'utiliser des tableaux, graphiques ou des images.

À noter que des logiciels spéciaux sont disponibles pour l'analyse d'une étude qualitative, tels que NVivo, ATLAS.ti, Kwalitan, KODANI et MAXqda..

### Exemple complet d'étude qualitative

Pour rendre le plus compréhensible possible l'étude qualitative, voici un exemple complet de l'utilisation de ce type de recherche dans un mémoire universitaire.

Sujet	Le mal-être des policiers au travail.			
	L'étudiant souhaite étudier la corrélation entre le mal-être des policiers et le manque de moyens qui leur est alloué (salaire, heures supplémentaires non payées, locaux insalubres, matériels défectueux).			
	Il décide ainsi de réaliser une étude qualitative pour mieux comprendre ce phénomène.			
Question de recherche	En quoi les conditions de travail actuelles sont-elles un facteur de mal-être pour les policiers français ?			
Hypothèses	<ul> <li>Les médias et le mouvement des gilets jaunes accroissent la pression subie par les policiers.</li> <li>Les armes et l'ambiance virile rendent le suicide plus facile.</li> <li>La fin de la camaraderie et la dégradation des relations entre la base et les chefs isolent les individus.</li> <li>Le manque d'accompagnement psychologique ne permet pas d'éviter un état mental en danger.</li> </ul>			

# Méthodes utilisées

L'étudiant a alors le choix entre diverses méthodes :

- Il peut choisir l'observation dans un commissariat de police. En visualisant le quotidien des policiers pour constater certaines pratiques ou situations qui pourraient expliquer les difficultés du métier.
- Il peut aussi mener des entretiens. Si l'observation permet d'étudier certains phénomènes de l'extérieur, l'entretien semble plus approprié pour obtenir des témoignages pertinents sur le phénomène étudié. L'étudiant devra choisir entre : entretien directif, semi-directif et libre. Chaque type dépend du statut des hypothèses et des préférences de l'étudiant : préfère-t-il diriger les entretiens ou donner toute liberté aux personnes interviewées.

Au final, c'est à lui de choisir la méthode qui lui correspond le mieux. Celle qui sera le plus utile à son mémoire pour recueillir un maximum d'informations et celle avec laquelle il se sent le plus à l'aise.

Imaginons ici que l'étudiant choisisse de mener un entretien semi-directif (il prépare des questions à poser, mais n'est pas contre le fait que les personnes interviewées divergent de celles-ci).

### **Préparations**

Il lui faut bien définir l'échantillon à interroger selon les réponses que l'on souhaite avoir : les personnes doivent être contactées à l'avance et un rendez-vous doit être pris.

Préparer un carnet de notes, un microphone et de quoi filmer l'entretien.

L'étudiant continue le processus de son étude qualitative en préparant maintenant le contenu de la méthode définie.

Quelles questions poser? A qui? Sous quel angle? Sur quel ton?

Dans le cas où il choisit l'entretien semi-directif, l'étudiant doit préparer une série de questions ouvertes pour laisser à l'interviewé une certaine liberté dans sa réponse.

**Conseil** : si le microphone et la vidéo sont de bons outils, ils peuvent être de faux-amis en entretien, car l'assurance de pouvoir réécouter l'interview peut apporter une déconcentration sur ce que dit en temps réel la personne interrogée. Le mieux est alors de prendre en note dans un carnet, les moments clés de l'entretien, même lorsque celui-ci est enregistré.

# Collecte de données

Le jour J. l'étudiant doit :

- Faire attention à son comportement et sa tenue.
- Apporter tout le matériel nécessaire.
- Tester l'enregistrement.
- Prendre des notes pour rebondir si nécessaire.
- Observer les non-dits (ton, hésitations, hexis...).

# Résultats et analyses

Après avoir effectué plusieurs entretiens semi-directifs auprès de policiers, l'étudiant effectue la retranscription des données récoltées et le codage de celles-ci. Puis, il est possible de faire une mise en comparaison pour faire remonter des régularités. Il peut établir un tableau récapitulatif où sont indiquées dans des colonnes, les réponses de policiers interviewés, sur un facteur précis. Si l'étudiant a choisi l'entretien, il peut alors regrouper les informations en hiérarchisant les questions de la plus générale à la plus spécifique.

L'analyse de ces prises de parole doit permettre d'apporter une explication avec des mots, du phénomène, du sujet, ou bien du fait, de départ.

L'étudiant pourra enfin, présenter l'analyse finale de sa recherche qualitative. Il peut rédiger une analyse écrite sous forme de paragraphe argumenté. Ou bien sous forme de tableau explicatif, accompagnée d'une analyse écrite sur les données ressortant dans le tableau.

En conclusion, l'étude qualitative est une technique de recherche efficace pour de nombreux travaux de recherche. Son processus, qu'importe la méthode choisie, permet de regrouper un grand nombre d'informations qualitatives. Celles-ci s'avèrent utiles pour comprendre un phénomène et lui donner une explication.

#### ► https://blog.hubspot.fr/marketing/etude-qualitative

#### Les 5 étapes pour réaliser une étude qualitative

Pour être pertinente, l'étude qualitative doit suivre un ensemble d'étapes clés. Son but étant de dresser un bilan au regard de la problématique formulée, l'étude qualitative suit un processus précis, propre aux méthodologies analytiques.

#### 1 - Définir le problème à résoudre

Comme dans tout processus analytique, l'étude commence par la définition d'une problématique. Cela consiste à vous demander : « Quelle est la question de départ ? ». Cette interrogation est à l'origine de l'étude, et de celle-ci peuvent découler un ensemble de sous-guestions.

La problématique va permettre de circonscrire l'étude, de la centrer et ainsi d'éviter de perdre du temps. Il est important de ne pas réduire le temps de préparation de la recherche, et de vous poser toutes les questions qui vous viennent à l'esprit avant de les classer par thématiques. Cela vous permettra d'aller chercher les bonnes informations au bon endroit.

Dans le cadre de la préparation d'une étude qualitative visant à étudier une clientèle potentielle, cette étape préliminaire permet de cibler un segment de clientèle à étudier. Le choix du segment peut se faire en fonction de la nature du produit à mettre sur le marché, par exemple.

#### 2 - Construire le plan de l'étude

La construction du plan de l'étude qualitative se base sur les questions sous-jacentes à la problématique. Ces questions, réunies en différents points, vont permettre de bâtir les grandes lignes de l'étude. Il est possible que tous les points de l'étude ne fassent pas l'objet de la même méthode de collecte d'informations.

L'essentiel est de savoir quelle démarche va être adoptée pour répondre dans le détail à chacun des points soulevés. Le plan de l'étude qualitative a pour objectif d'organiser le travail de collecte puis d'analyse.

#### 3 - Collecter les informations

Le recueil d'informations qualitatives peut être mené de 3 manières. La méthode la plus répandue est celle de l'entretien individuel, qui consiste à interviewer une seule personne à la fois. Si cette méthode est privilégiée, il vous faudra construire précisément le déroulé de l'interview en phase préparatoire. L'entretien individuel peut être :

Non-directif (l'interviewé parle librement).

Semi-directif (un guide d'entretien cadre l'échange). Directif (l'interviewé répond point par point aux guestions posées).

Les entretiens de groupes s'intègrent de plus en plus dans les démarches qualitatives. Un collectif est constitué et les interactions de groupe (débat, échange de points de vue) servent directement à l'étude. La réunion de groupe peut être organisée sous diverses formes :

Groupe de discussion.

Groupe Delphi.

Focus group.

Parmi ces formes, le focus group se montre particulièrement adapté pour évaluer les réactions de futurs clients potentiels vis-à-vis d'une nouvelle offre de produit ou de service. Le focus group consiste en une discussion de groupe encadrée par un modérateur ou facilitateur (qui encadre les échanges) ainsi qu'un observateur (chargé de prendre des notes sur les interactions).

Non-directif (parole libre).

Semi-directif (un guide d'entretien cadre l'échange).

Directif (l'interviewé répond point par point aux questions posées).

#### 4 - Analyser les résultats

L'approche qualitative ne concerne pas uniquement la phase de collecte des résultats. L'analyse des résultats obtenus se rapproche d'une analyse de discours. Elle vise généralement à étudier les mots et expressions utilisés pour qualifier le produit ou l'offre testé. Dans ce cas, elle est appelée « analyse lexicale ».

L'analyse du contenu informationnel peut aussi être thématique. Vous choisissez alors de classer les informations collectées par thématique. Par exemple, vous rassemblez toutes celles qui concernent le design de votre futur produit.

#### 5 - Mettre en forme la présentation des résultats

L'objectif de la mise en place d'une étude qualitative étant d'obtenir des réponses à la problématique formulée, la mise en forme des résultats est décisive pour évaluer leur pertinence. La présentation peut être réalisée au format numérique, via un logiciel de présentation ou encore sous forme de vidéo. Elle devra tenir le rôle de conclusion, en articulant les différentes informations entre elles et en montrant en quoi elles répondent aux questions formulées.

#### Comment présenter les résultats d'une étude qualitative ?

En termes de format, la présentation des résultats de l'étude qualitative est généralement détaillée dans un rapport. Vous pouvez choisir un format plus original, en évitant dans tous les cas de dresser un bilan trop théorique.

Le bilan de l'étude ne doit pas contenir d'informations chiffrées ni de statistiques. N'hésitez pas à vous mettre à la pla de l'utilisateur ou du consommateur au cours de la rédaction en vous demandant : « En quoi les réponses des interviewés ont-elles influencé le bilan de l'étude ? ».	ice
BTS MCO2 2. ETUDES COMMERCIALES Organiser un focus group 2019/21 F. MARTIN Pag	ge 9