

# SK

SKEMA BUSINESS SCHOOL

Comprendre le consommateur et l'acheteur

CM4 ONLINE – DEMARCHES ET OUTILS D'ETUDES



Démarches  
et outils d'études

- ▶ **Echelles du terrain**
- ▶ L'entretien individuel
- ▶ L'entretien de groupe
- ▶ L'observation
- ▶ Autres techniques
- ▶ Synthèse

# SK



## ÉCHELLES DU TERRAIN

Echelle d'observation  
= Découpage de la réalité

Source : Desjeux (2006), Les assises du marketing – les Echos

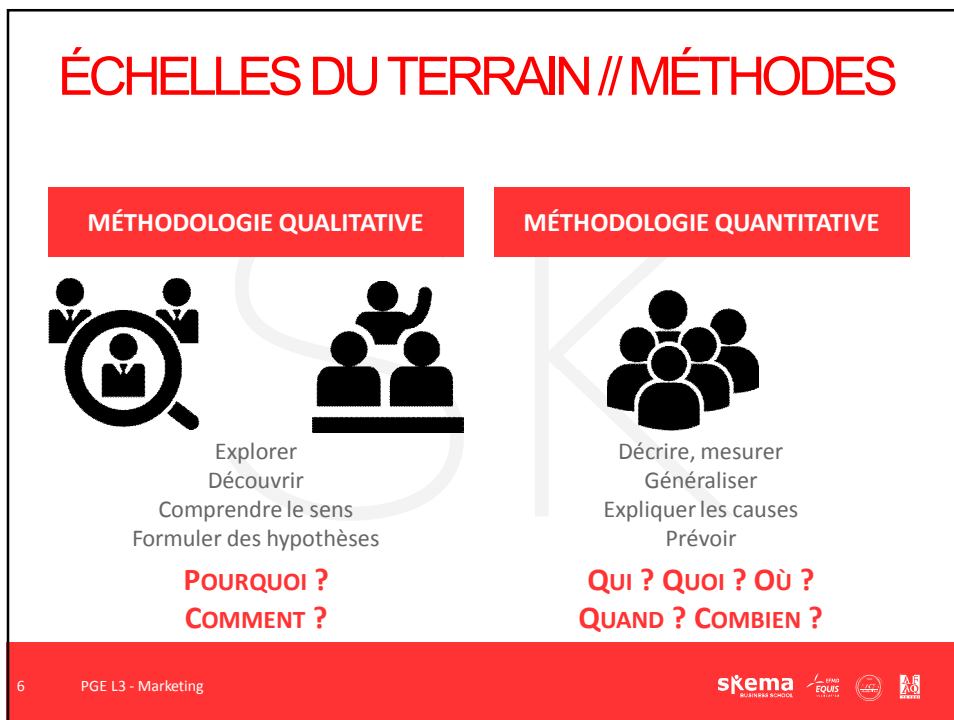
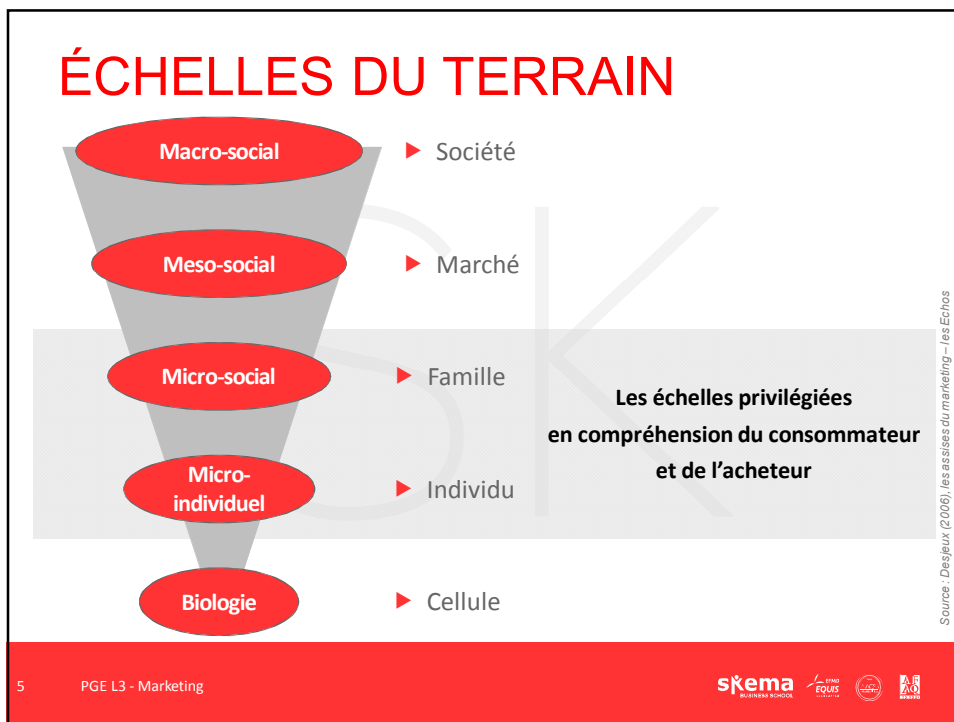
3 PGE L3 - Marketing

## ÉCHELLES DU TERRAIN

- ▶ Société ▶ Exemple : styles de vie // questionnaire
- ▶ Marché ▶ Exemple : rapports de pouvoir // analyse stratégique, entretiens d'experts
- ▶ Famille ▶ Exemple : usages // entretien individuel, observation
- ▶ Individu ▶ Exemple : attentes // entretien individuel
- ▶ Cellule

Source : Desjeux (2006), Les assises du marketing – les Echos

4 PGE L3 - Marketing



## ÉCHELLES DU TERRAIN // MÉTHODES

Quelle méthode choisir ?

- ▶ L'objectif de l'étude
- ▶ Le sujet de l'étude
- ▶ La population étudiée

**Des méthodes le plus souvent complémentaires**

7

PGE L3 - Marketing






Démarches  
et outils d'études

- ▶ Echelles du terrain
- ▶ **L'entretien individuel**
- ▶ L'entretien de groupe
- ▶ L'observation
- ▶ Autres techniques
- ▶ Synthèse






# L'ENTRETIEN INDIVIDUEL

Différentes techniques

Recueil d'informations qualitatives, individuelles, en face-à-face avec un enquêteur, sous la forme d'une discussion

- ▶ Entretien non-directif
- ▶ Entretien semi-directif
- ▶ Entretien directif



DOC\_TD2\_Techniques d'entretien comparées

9

PGE L3 - Marketing

skema  
BUSINESS SCHOOL

EFMD  
EQUIS

AACSB

AMBA

EFMD  
EQUIS

Démarches  
et outils d'études

- ▶ Echelles du terrain
- ▶ L'entretien individuel
- ▶ **L'entretien de groupe**
- ▶ L'observation
- ▶ Autres techniques
- ▶ Synthèse

skema  
BUSINESS SCHOOL

EFMD  
EQUIS

AACSB

AMBA

# L'ENTRETIEN DE GROUPE

Différentes techniques

Discussion semi-structurée, sur un thème donné  
par un animateur

- ▶ Groupes de discussion
- ▶ Groupes de réflexion

Démarches  
et outils d'études

- ▶ Echelles du terrain
- ▶ L'entretien individuel
- ▶ L'entretien de groupe
- ▶ **L'observation**
- ▶ Autres techniques
- ▶ Synthèse

# L'OBSERVATION

Différentes techniques

Recueil d'information structuré (grille d'observation),  
systématique et instrumenté (notes, vidéo, photo)

- ▶ Observation directe
- ▶ Observation indirecte



DOC\_TD2\_L'observation en marketing\_Dion Ladwein

# L'OBSERVATION

Observation directe



**OBSERVATION ET QUESTIONNAIRE :**  
**UN EXEMPLE DE COMPLÉMENTARITÉ DES MÉTHODES**  
 Dans un premier temps, les couples mère ou père-enfant étaient observés lors de leur passage à trois rayons d'hypermarché pour enregistrer les comportements, et les stratégies de négociation aboutissant au choix final d'un produit. Dans un deuxième temps un questionnaire était passé au père ou à la mère concerné lors de l'attente aux caisses de sorties : ce questionnaire portait sur les attitudes et les comportements perçus des parents face aux demandes de l'enfant. À l'analyse on pouvait comparer les demandes et les comportements réels fournis par les grilles d'observation, aux déclarations recueillies par questionnaire.

COMPORTEMENTS	Biscuiterie		Laitages		Entretien	
	1	2	1	2	1	2
A ENFANT INITIALISE						
B MÈRE INITIALISE						
MARQUE INITIALE						
A ENFANT MET DANS CHARIOT						
A ENFANT MONTRE DU DOIGT						
A ENFANT DEMANDE VERBALE						
A MÈRE ACCEPTE D'EMBLÉE						
A MÈRE IMPOSE SON CHOIX						
A MÈRE DISCUTE AVEC ENFANT						
A MÈRE EXPLIQUE						
A MARQUE FINALE						
A AUTRE						
B MÈRE MET DANS CHARIOT						
B MÈRE SOUPESE, ÉVALUE						
B MÈRE DEMANDE VERBALE						
B ENFANT ACCEPTE D'EMBLÉE						
B ENFANT VEUT IMPOSER CHOIX						
B ENFANT QUESTIONNE						
B ENFANT DISCUTE LE CHOIX						
B MARQUE FINALE						
B AUTRE						
STRATÉGIES						
C APPEL EXPERTISE						
C LÉGITIMATION						
C MARCHANDAGE						
C RÉCOMPENSE PROMISE						
C APPEL À L'ÉMOTION						
C AUTRE						

Source : Bergadaà M. et Roux E., « L'interaction mère-enfant sur le point de vente : mesure des attitudes et observation des stratégies de négociation », Actes du 4<sup>e</sup> Congrès de l'Association Française du Marketing, vol. 4, mai 1989.

# L'OBSERVATION

La méthode des protocoles

Verbalisation à voix haute des pensées et actions  
lors de la résolution d'un problème ou d'une tâche  
(de consommation, achat, etc.)



DOC\_TD2\_Méthode des protocoles

15 PGE L3 - Marketing



Démarches  
et outils d'études

- ▶ Echelles du terrain
- ▶ L'entretien individuel
- ▶ L'entretien de groupe
- ▶ L'observation
- ▶ **Autres techniques**
- ▶ Synthèse

SK





## AUTRES TECHNIQUES

- ▶ **Journal de bord** = tenue d'un journal régulier sur la thématique de l'étude, consignnant les faits, les pensées, les émotions...
- ▶ **Le récit de vie** = production d'un texte écrit par le répondant qui raconte sa vie ou un moment de sa vie en rapport avec le sujet d'étude (à partir d'une consigne)
- ▶ **Méthodes projectives** :
  - Collages
  - Association de mots
  - Portrait chinois
  - Jeux de rôles...
- ▶ **Netnographie** = collecte et analyse de données publiées sur des communautés virtuelles, blogs, forums...

### Démarches et outils d'études

- ▶ Echelles du terrain
- ▶ L'entretien individuel
- ▶ L'entretien de groupe
- ▶ L'observation
- ▶ Autres techniques
- ▶ **Synthèse**

# MÉTHODES

Des méthodes et des techniques, une même démarche

