

QUALI & BIG QUALI

Catalogue des méthodologies d'étude

NOTRE OFFRE

LE QUALI EN PRÉSENTIEL ET EN DISTANCIEL

- LE FOCUS GROUPE EN SALLE
- LES ÉTUDES SHOPPER
- LE TEST UTILISATEUR – ERGONOMIE
- LA VISIO-RÉUNION ENRICHIE
- LES COMMUNAUTÉS QUALI ONLINE
- LES FORUMS WHATSAPP / AUTO-ETHNO

LES MÉTHODOLOGIES QUALI-QUANTI®

- L'ENQUÊTE QUALI-QUANTI®
- LE SPEEDBACK® AVEC RÉSULTATS EN 48 HEURES
- L'ENQUÊTE DE RECRUTEMENT : SCREENING + PHONING
- L'ACCESS PANEL PROPRIÉTAIRE

1

Le quali en présentiel et en distanciel

LE FOCUS GROUPE EN SALLE

Un classique du quali que nous enrichissons afin qu'il soit le plus opérationnel et inspirant possible.

Le focus groupe - ou groupe qualitatif - consiste à réunir 8 à 10 participants dans une salle pendant 2 à 4 heures pour explorer un sujet d'études.

Nous organisons **des groupes dans toute la France** : le recrutement et l'animation sont toujours réalisés par l'équipe de QualiQuanti afin de garantir la qualité des résultats.

Nous utilisons **une variété de méthodes projectives** et des techniques pour injecter les matériels à évaluer.

Pour plus de transparence, **les clients sont invités à participer à toutes les phases de l'étude** : réaction au guide d'animation, participation au groupe dans le salon client ou en streaming vidéo, accès à l'enregistrement et la prise de notes.

Nos résultats d'étude sont systématiquement enrichis pour livrer des pistes opérationnelles (veille documentaire, expertise sectorielle, ...).

USAGES : *usages et attitudes, test de concept, image de marque, co-création,...*



Suivi de A à Z : du brief à la présentation finale en passant par l'animation et l'analyse, c'est le même directeur d'études qui gère l'intégralité du processus pour éviter toute déperdition d'informations.

Qualité du terrain : nous avons la maîtrise totale du terrain grâce à notre panel propriétaire TestConso, à l'enquête de recrutement, au screening de pré-sélection, et à la sélection finale des participants par entretien téléphonique.

Coûts maîtrisés : nous recommandons de réaliser 1 à 2 groupes par étude, sauf si le commanditaire en souhaite davantage pour interroger séparément plusieurs segments de clientèle selon des critères de genre, d'âge, d'usage, ...

LES ÉTUDES SHOPPER

Observation et interview d'un individu ou d'un groupe pendant les courses

Nos entretiens shopper consistent à **accompagner le consommateur pendant ses courses** :

En l'observant, de manière passive, pour analyser son comportement en rayon / boutique.

En l'interrogeant, en lui demandant de commenter ce qu'il voit, ce qu'il fait, la manière dont il choisit ses produits, les informations qu'il recherche.

Ces enquêtes sont généralement couplées à une autre méthodologie (forum en ligne, étude quantitative, sémiologie du linéaire...) afin d'obtenir des résultats fiables sur un produit ou une catégorie de produit.

USAGES : *parcours d'achat, problématique de merchandising ou de signalétique,...*



Un terrain mené par des directeurs d'étude, en interne : pas de délégation à des prestataires externes.

Des études réalisées dans des magasins réels (vs. virtuels) pour rester au plus proche de l'expérience habituelle du consommateur en magasin.

Des études de fond qui visent à comprendre les comportements des shoppers : critères de choix, comportement dans le rayon, compréhension de l'organisation du linéaire, ...et qui génère souvent des insights (sur une catégorie de produit).

LES TESTS UTILISATEURS UX - ERGONOMIE

L'audit ergonomique consiste à **examiner les pages, contenus, arborescence d'un site ou d'une application** pour identifier les problèmes d'ergonomie des interfaces.

Ces tests permettent de **mettre en exergue les difficultés** rencontrées par les interviewés (problèmes d'ergonomie, de wording, ...) et donc d'améliorer, suite aux correctifs, l'expérience utilisateur.

Nous préconisons de mener **une dizaine de tests utilisateurs**, une quantité suffisante pour identifier la grande majorité des problèmes tout en restant dans une enveloppe budgétaire raisonnable.



Une capacité à **organiser et analyser très rapidement** les tests pour s'intégrer dans le processus de développement.

Des protocoles de test établis en concertation avec le commanditaire (avec choix des scénarii de test).

Des livrables très opérationnels :

- Des rapports **très visuels**, avec des captures d'écran ou des extraits vidéos permettant de bien visualiser les problèmes rencontrés.
- Des **préconisations** concernant l'intégration des actions correctrices à envisager.

Un recrutement ciblé, grâce à notre panel (permet de qualifier les interviewés).

LA VISIO-RÉUNION ENRICHIE

Un focus groupe en distanciel, précédé par un forum exploratoire avec réaction à de multiples stimuli.

La visio-réunion reprend le principe du focus groupe, en l'adaptant à l'interrogation en distanciel :

- 6 à 8 participants ;
- interrogés simultanément via un logiciel de visio-conférence ;
- pendant 1h30 à 3h depuis leur domicile.

Cette phase d'interrogation a plusieurs objectifs :

- Mettre en commun les perceptions, confronter les expériences.
- Faire réagir à des supports transmis via l'écran ou par le chat
- Bénéficier de l'interactivité synchrone afin de trancher sur les points qui le nécessitent.
- Se projeter sur l'avenir avec des idées de solutions et d'améliorations, en réponses aux nouvelles attentes.
- Faire le bilan des échanges lorsque la visio est animée à la fin du terrain (ex. visio-réunion intégrée à un forum quali en ligne).

Le logiciel de visio-conférence permet à l'animateur de partager son écran à tous les participants, et d'enregistrer la séance.

LES



Des échanges dynamiques, par la voix et le chat (en recueillant des impressions individuelles puis collectives).

Participation depuis le domicile des interviewés dans des conditions naturelles.

Idéal **en complément d'un forum** et pour faire réagir à une **multitude de stimuli visuels**.

Un suivi en live par le commanditaire :

- Il assiste avec un statut de participant passif.
- Il peut indiquer des relances et demandes à l'animateur via un chat privé dédié.
- Il peut suivre la retranscription grâce à notre prise de notes partagée sur Google Doc.
- Il reçoit le lendemain un lien vidéo sécurisé de la réunion.

LES COMMUNAUTÉS QUALI ONLINE (FORUM)

Des études qualitatives en ligne de longue durée pour faire le tour complet d'un sujet.

Les communautés quali online regroupent **12 à 30 participants** sur une plateforme sécurisée en ligne (ex. bulletin board) avec une interrogation allant de **1 semaine à 1 an**. Certaines communautés peuvent accueillir beaucoup plus de participants qui sont interrogés sur plusieurs mois par groupes ciblés ou par période (cf. panels).

Elles comportent de **multiples atouts** :

- **Pas de limites géographiques** : possibilité de traiter des publics dispersés (Paris / province, multi-pays) ou difficiles à joindre.
- **Une interrogation dans la durée**, qui permet de faire le tour d'un sujet et de donner à l'interviewé le temps de s'imprégner de la problématique, d'y réfléchir.
- **Une interaction individuelle ET collective** : le participant répond d'abord sans voir les commentaires des autres, auxquels il accède après avoir posté sa propre réponse.
- Une **interrogation au plus près de l'expérience** : possibilité de donner des missions à l'interviewé pour faire remonter du matériel photo ou vidéo (visiter un magasin, photographier ses produits...).

USAGES : *Usages et attitudes fouillés, étude à composante ethnologique, co-crédation, bilan 360° de la perception d'une marque dans son univers de concurrence, ...*



Pionnier en France sur les études quali online, nous avons un réel savoir-faire sur les communautés quali online depuis 2005.

Une capacité à mener des terrains longs tout en maintenant un niveau d'intérêt et d'assiduité de la part des participants.

Une modération attentionnée et continue.

LES FORUMS WHATSAPP / AUTO-ETHNO

Un forum sur l'appli la plus utilisée. Un dispositif qui invite les consommateurs à photographier et filmer leur vécu

Le forum WhatsApp permet de **réunir 10 à 15 participants** sur une durée variable selon le sujet de l'étude, allant de **3 jours à 3 semaines**.

Le format et l'appli favorise :

- **La spontanéité** : la dimension immersive du forum (contexte naturel, à domicile, dans son magasin,...) donne un ancrage avec leur réalité et induit une manière de s'exprimer très directe.
- **Les échanges entre participants** : l'interaction est fluide et naturelle.
- **La réactivité** : le jeu des notifications permet à chacun de savoir quand répondre.
- **Le recueil de photos et de vidéos**, des éléments très riches à analyser.

USAGES : *étude internationale, crowdsourcing, usages, co-création, test de com digitale, ...*

LES



Une modération active du forum, favorisant les relances individuelles et collectives.

Des rapports très imagés, incluant des photographies prises par les participants, voire des extraits vidéos.

Notre savoir-faire sur la délégation de missions (prendre des photographies, aller en magasin, ...) afin de recueillir la matière la plus concrète possible.

2

Les méthodologies quali-quantit®



Le panel créé par QualiQuanti

L'ENQUÊTE QUALI-QUANTI®

Enquêtes semi-ouvertes à forte valeur ajoutée explicative. Quali à grande échelle et quanti en profondeur.

Alternance de questions fermées et ouvertes, avec un questionnaire panoramique, qui incite à détailler sa réponse : <http://dunod.link/quali18>

À mi-chemin entre le quanti conventionnel (données chiffrées, analyses statistiques, tris croisés, ...) et le quali (recueil et analyse des verbatims), le quali-quantité® offre **en une étude** :

- Des **résultats chiffrés expliqués qualitativement** : facilite l'interprétation parfois délicate des résultats quantitatifs.
- L'analyse des questions ouvertes couplées à la sélection d'un grand nombre de verbatims permettent au lecteur de **ressentir et de s'approprier les résultats**.

USAGES : *pré ou post tests de concepts ou de communication, motivations et freins à l'usage d'un produit / service, crowdsourcing...*

LES



Fiable : maîtrise de toutes les étapes via nos panels, y compris le nettoyage des données

En profondeur : mobilise les compétences de nos qualitatistes avec assistance de l'IA

Riche : le quali à grande échelle permet de remonter la diversité des expériences des consommateurs

Impliquant pour les répondants : une expérience enrichissante pour les participants.

L'ENQUÊTE SPEEDBACK® AVEC RÉSULTATS COMPLETS EN 48 HEURES

Des résultats d'études quali-quantitatif® online dans un budget-temps limité.

La méthode SpeedBack® permet de disposer d'un **feedback complet** auprès d'un échantillon de **100 à 500 consommateurs** de la cible visée, en **2 à 3 jours**.

C'est une méthode **réactive et économique** qui autorise une répétition régulière de la démarche.

USAGES : *Recueillir rapidement un feedback à la fois qualitatif et quantitatif sur un nom, un logo, un pack, un produit, un service, une communication.*

LES



Instantané : des liens de suivi du terrain pour suivre en direct les résultats.

Efficace : des programmeurs en interne pour tenir dans des délais serrés.

Fiable : un mailing ciblé sur notre panel propriétaire exclusif qui garantit la pertinence des répondants.

L'ENQUÊTE DE RECRUTEMENT : SCREENING + PHONING

Une enquête quali-quantitative® en ligne pour bien sélectionner et préparer une phase qualitative.

Un recrutement en 2 étapes :

- Les données recueillies permettent de faire un **screening de pré-sélection** des profils les plus intéressants a priori.
- Un **phoning de sélection** avec un court entretien semi-directif permet de sélectionner les profils cœur de cible les plus motivés et pertinents.

L'enquête de recrutement permet de :

- Bien **identifier et qualifier** la cible à interroger.
- **Sélectionner** les participants pour une phase qualitative d'approfondissement.
- **Préparer l'animation** du quali en recueillant à grande échelle les perceptions des consommateurs.

LES



Adaptabilité : nous recrutons les participants aussi bien sur fichier client que sur notre panel exclusif grâce à un processus en 2 étapes (screening + phoning).

Qualité du terrain : nous maîtrisons de bout en bout les contacts avec les interviewés (emailing, questionnaire, sélection téléphonique, animation quali).

Premiers résultats : l'analyse de l'enquête de recrutement livre résultats chiffrés, et verbatims en amont de la phase qualitative (optimise le guide d'animation).

L'ACCESS PANEL PROPRIÉTAIRE

Création d'un panel accessible en permanence pour interroger son cœur de cible.

Un access panel privé pour **consulter régulièrement clients**, prospects, salariés, membres, abonnés, etc.

- La création d'un panel dédié s'adresse aux annonceurs, agences, distributeurs, entreprises, associations, collectivités ou médias, etc.
- **Des panels de 500 à 50 000 individus** sont constitués, le plus souvent à partir d'un questionnaire d'inscription placé sur le site de la marque ou sur un site dédié.
- **Une solution souple, rapide et économique** pour permettre aux Marques de disposer de leur propre panel online.

Exemples illustrés sur demande

LES



Accompagnement : self-service d'enquêtes autour du panel en s'appuyant sur l'expertise de QualiQuanti.

Autonomie : gestion du panel par le commanditaire (formation de l'équipe au logiciel Sphinx iQ3 et à l'exploitation du panel si besoin).

Agilité : utilisation de toutes les possibilités de l'interrogation online (quanti, quali-quanti et quali), y compris pour recruter des participants à des phases d'interrogation en présentiel.