

## Chapitre 16 – Corrigé

### EXERCICE 1 – SABINE ET SON CHOIX ENTRE PLUSIEURS MÉTHODES D'ENQUÊTE

1. Pour chacune des pistes proposées, précisez quelle méthode d'enquête vous semble la plus appropriée. Justifiez en présentant les avantages et les inconvénients de la méthode retenue.

Piste proposée	Méthode d'enquête choisie	Avantages	Inconvénients
Rencontre de plusieurs experts comptables	Entretien semi-directif	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recueillir des données qualitatives.</li> <li>Guider l'entretien pour ne pas s'éloigner du sujet tout en permettant des compléments non prévus.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Préparer un guide d'entretien très précis.</li> <li>Connaître le sujet avant de mener l'entretien.</li> <li>Se déplacer et être disponible.</li> </ul>
Rencontre de futurs créateurs au Salon Planet'Créa	Enquête en face à face dans un lieu public	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personnes en situation et intéressées par le sujet.</li> <li>Coût moindre en termes de temps passé.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de réticence.</li> <li>Échantillon non représentatif et incertain.</li> </ul>
Enquête auprès de clients ayant créé leur entreprise	Enquête par correspondance, via Internet si possible	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapidité.</li> <li>Accès aisé à l'administré.</li> <li>Cible diversifiée.</li> <li>Fiabilité des réponses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de réticence ou de négligence.</li> <li>Taille de l'échantillon incertaine.</li> <li>Résultats biaisés, les personnes répondant aux questionnaires étant plus sensibles au sujet posé.</li> </ul>

### EXERCICE 2 – CLASSEMENT ET MISE EN ŒUVRE EFFICACE D'ENQUÊTES DANS LE CADRE DU SITE FORMHELP

1. Classez ces enquêtes selon au moins deux critères différents.

	Critères de classement	Justifications
Enquête 1	• En fonction de l'objectif : informations quantitatives.	Questionnaire envoyé à une population importante, mais avec un nombre de questions réduit.
	• En fonction des moyens utilisés : – Modalités de mise en place de l'enquête → à distance. – Population observée → enquête exhaustive. – Période de l'étude → enquête transversale.	– Envoi par courriel. – Tous les clients de l'hôtel. – Étude à une date donnée en fonction de la période de séjour.
	• En fonction du domaine de l'enquête : concernant les entreprises → enquête de satisfaction.	Enquête faite par un hôtel auprès de ses clients pour vérifier leur satisfaction <i>a posteriori</i> .
Enquête 2	• En fonction de l'objectif : informations quantitatives.	Questionnaire envoyé à une population importante.
	• En fonction des moyens utilisés : – Modalités de mise en place de l'enquête → à distance. – Population observée → enquête exhaustive. – Période de l'étude → enquête transversale.	– Questionnaire trouvé dans un produit. – Concerne tous les utilisateurs du produit (sous réserve qu'ils répondent). – Étude à une date donnée en fonction de la période d'achat du produit.
	• En fonction du domaine de l'enquête : concernant les entreprises	Enquête permettant de tester la satisfaction du produit, mais avant tout de récupérer des informations sur les

	→ enquête commerciale.	consommateurs intéressés par ce produit.
Enquête 3	• <b>En fonction de l'objectif :</b> informations qualitatives	Entretiens avec un spécialiste du sujet traité.
	• <b>En fonction des moyens utilisés :</b> modalités de mise en place de l'enquête → en face à face. <i>Les autres critères ne sont pas pertinents pour un entretien.</i>	Marceau a pris rendez-vous pour rencontrer l'administré.
	• <b>En fonction du domaine de l'enquête :</b> enquête privée.	Les résultats de l'enquête seront réservés à la rédaction du mémoire, donc une utilisation privée.
Enquête 4	• <b>En fonction de l'objectif :</b> – Informations qualitatives. – Enquête d'observation.	– Le cobayage a pour objectif de recenser des informations précises liées aux personnes acceptant de participer à ce test. – Elle permettra d'observer les réactions du corps humain aux produits ingérés.
	• <b>En fonction des moyens utilisés :</b> – Modalités de mise en place de l'enquête en face à face. – Population observée → enquête faite sur un échantillon. – Période de l'étude → enquête longitudinale.	– Matthieu se rend régulièrement au laboratoire pour passer des tests. – Seul un groupe de personnes considérées comme représentatives font l'objet de cette enquête. – Enquête faite sur six mois.

## 2. Donnez deux consignes de mise en œuvre pour chacune de ces enquêtes.

Consignes	
Enquête 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévoir un questionnaire rapide à remplir afin d'éviter toute lassitude de l'administré.</li> <li>• Faire un courriel explicite pour inciter le client à répondre au questionnaire de satisfaction.</li> </ul>
Enquête 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévoir un mode d'expédition du questionnaire simple et pratique.</li> <li>• Le tirage au sort est un moyen d'inciter le consommateur à répondre à l'enquête.</li> </ul>
Enquête 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prévoir un guide d'entretien semi-directif.</li> <li>• Présenter dès le début de façon précise les objectifs de l'entretien.</li> </ul>
Enquête 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Choisir des volontaires ayant les caractéristiques nécessaires pour constituer un échantillon représentatif.</li> <li>• Prévoir des questions objectives reposant sur des faits vérifiables et non sur des impressions du cobaye.</li> </ul>

## EXERCICE 3 – JOËLLY ADAPTE LE CHOIX DE SON ENQUÊTE À SON SUJET DE MÉMOIRE

### 1. Guider au mieux Joëilly dans ses choix pour réaliser l'enquête nécessaire afin de traiter son sujet de mémoire professionnel.

Joëilly peut mener différentes enquêtes pour répondre aux besoins de son sujet de mémoire. Elle doit identifier les personnes concernées, les modalités permettant de les interroger et les objectifs de son enquête, afin de choisir les moyens les mieux adaptés.

Concernant les experts-comptables associés :

- Elle doit prévoir des entretiens, afin d'avoir des informations qualitatives : leurs objectifs, les motifs qui expliquent leurs choix, leurs impressions.
- Ces entretiens peuvent être semi-directifs pour ne pas trop s'éloigner de son sujet, tout en permettant aux personnes interrogées de développer des idées auxquelles Joëilly n'aurait pas forcément pensé elle-même.
- Un guide d'entretien est indispensable et contiendra les hypothèses qu'elle a posées dans le cadre de sa recherche, afin de les faire valider ou non par ces personnes.

# CORRIGÉ

Concernant les salariés, elle doit réfléchir aux objectifs de son enquête et à la délimitation de son sujet. Les salariés peuvent en effet avoir des éléments d'information à lui donner sur les effets de la fusion sur la performance du cabinet, mais ils peuvent également aborder les effets de la fusion sur la gestion des ressources humaines, ainsi que les notions de changement dans l'organisation et de résistance au changement.

Joëilly doit donc commencer par définir les objectifs précis de sa recherche, avant de mener cette enquête auprès des salariés.

En fonction du nombre de salariés concernés, elle pourra décider d'un entretien ou d'une enquête en direct ou à distance. Elle doit également tenir compte du biais qui pourrait être introduit selon la façon dont le salarié réagit à sa demande. Un questionnaire anonyme pourrait être préférable, pour permettre au salarié de répondre en toute transparence.

Concernant les clients, un questionnaire semble plus adapté qu'un entretien, car elle pourra ainsi avoir des données quantitatives et non qualitatives. Ce questionnaire peut être administré à distance comme elle le souhaite, la difficulté étant de s'assurer de la représentativité de l'échantillon et du taux de retour.

Joëilly envisage trois modes de diffusion différents de ce questionnaire : le courrier, le courriel ou le lien sur les réseaux sociaux.

Le courrier ne semble pas une bonne solution, car le client ne prendra pas le temps d'y répondre. Le courriel avec un document en pièce jointe est également trop long à utiliser et risque de limiter le taux de retour.

La meilleure solution est d'envoyer un lien vers un questionnaire rédigé en ligne, ce qui est facile à compléter et sera plus rapide à dépouiller. L'utilisation des réseaux sociaux pourrait être une idée, mais dans ce cas, il est fort peu probable qu'elle trouve les clients du cabinet sur les réseaux et le doute sur la représentativité de l'échantillon est important. Il sera donc plus facile d'utiliser le fichier des clients du cabinet (sous réserve de respecter les règles du RGPD).