



*Quali***Quanti**

Le quali-quantit[®], la 3^{ème} voie des études

Semo 2006

www.qualiquanti.com

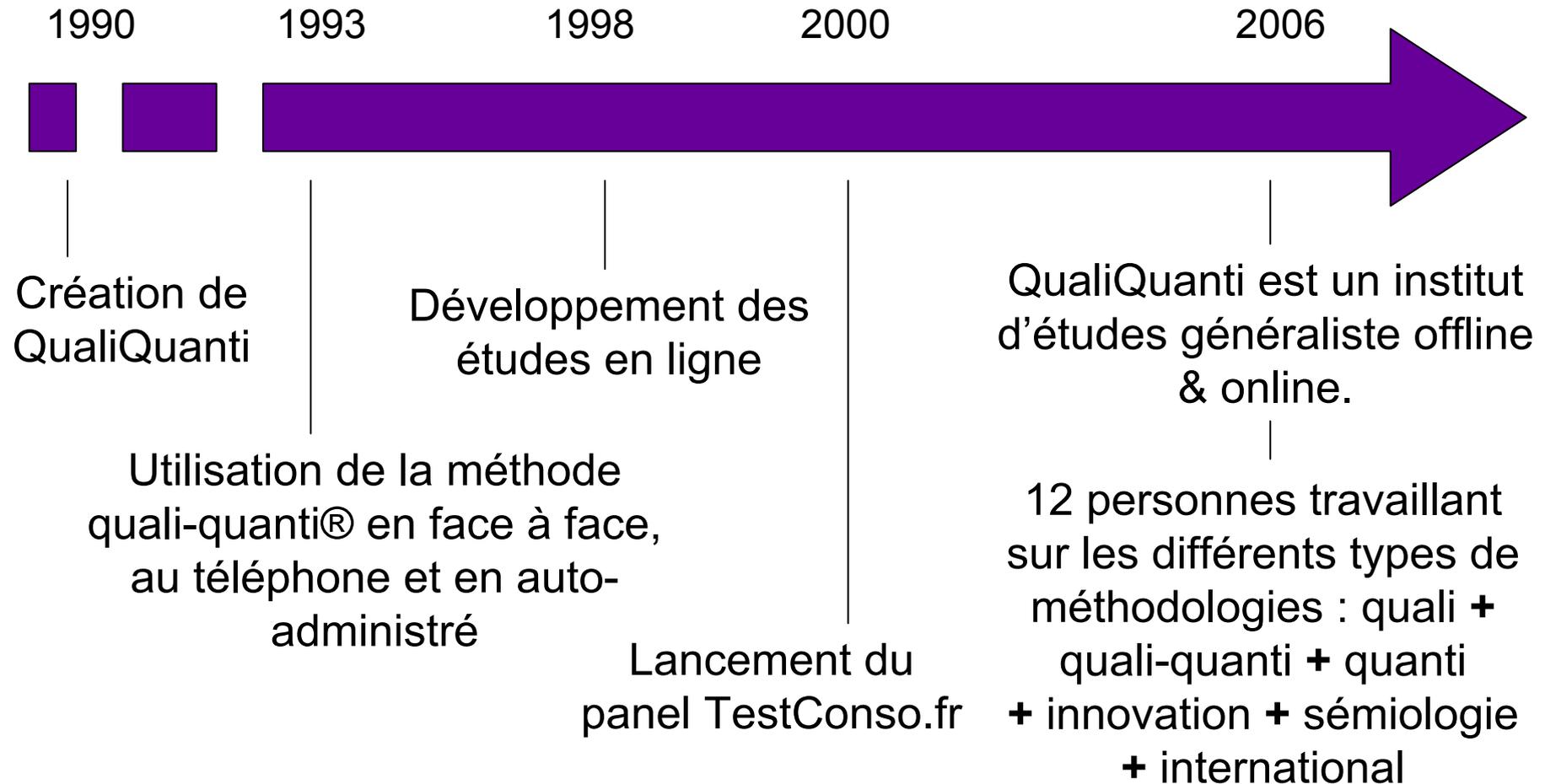
12bis, rue Desaix • 75015 PARIS

Tel : +331.45.67.62.06 Fax : +331.45.67.41.44

Plan de l'intervention

1. Le point de vue de QualiQuanti
2. Les clés de la méthode quali-quantitatif®
3. 4 exemples d'usages
4. Conclusions

Présentation de QualiQuanti



Présentation de TestConso.fr

http://www.testconso.fr - TestConso.fr : test produit, répondre a des sondages, etudes d'opinio - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

TestConso.fr
Votre avis a de la valeur

Accueil

Vos Gains Parrainage Nous Contacter Entreprises

Présentation

S'inscrire

Les Enquêtes

Les avantages de vous inscrire sur le panel d'enquête TestConso :

Donnez votre avis sur les nouveaux produits et services, sites web, publicités, émissions TV.

Participez à des enquêtes courtes (de 5 à 20 minutes) et à des réunions de consommateurs.

Recevez pour votre participation, des chèques-cadeaux, des produits ou de l'argent.

L'inscription est gratuite, rapide (5 à 6 minutes), et vos coordonnées resteront strictement confidentielles.

TestConso.fr **Votre avis a de la valeur !**
INSCRIVEZ-VOUS EN CLIQUANT ICI

[Accueil](#) | [Questionnaire d'inscription](#) | [Questions/Réponses](#) | [Qui sommes nous?](#) | [Plan du site](#) | [Confidentialité](#) | [Charte](#) | [Nous contacter](#) | [Entreprises](#)

Présentation de QualiQuanti

Adresse <http://www.qualiquanti.com/> OK Liens

QualiQuanti

Présentation

[Savoir allier quali & quanti](#)

Contact Documents à télécharger Plan du site français english

Présentation

Vision | Expériences
Equipe | Références

Méthodes

Outils méthodologiques
Domaines d'intervention
Fiches produits

Panels & Etudes Internet

Comment bien les utiliser ?
L'offre internet de QualiQuanti
TestConso.fr | Exemples

Articles & Recherches

Révisions méthodologiques
Etudes publiées
Recherches média
Autres recherches | Réactions

Bienvenue sur le site de QualiQuanti

Créé en 1990, QualiQuanti est un institut d'études marketing généraliste qui intègre les approches qualitatives et quantitatives pour des résultats fidèles, riches et opérationnels.

QualiQuanti se distingue notamment par :

1. Des études qualitatives à forte valeur ajoutée en utilisant selon les besoins les sciences humaines (sociologie, psychologie cognitive, etc)
2. Une approche renouvelée des études quantitatives avec des questionnaires plus ouverts prenant en compte la diversité et la finesse des réactions.
3. Une maîtrise des études par Internet dès leur apparition sur le marché français notamment grâce au panel [TestConso.fr](#) créé en 2000.
4. Une utilisation des nouvelles technologies (Internet, photo, vidéo, bulletin boards, etc) à tous les stades des études.
5. Une capacité à accompagner l'innovation et à faire des études à vocation créative.
6. Une capacité à mener des études internationales en Europe et aux Etats-Unis.

QualiQuanti Les études par internet : comment bien les utiliser ? »

QualiQuanti a refondu totalement son site internet fin 2004 avec plusieurs objectifs :

- moderniser un site créé en 1990 et le rendre facilement actualisable
- traduire visuellement la double culture quali et quanti
- permettre aux visiteurs d'accéder plus facilement aux articles et recherches en téléchargement

© 2004 QualiQuanti tous droits réservés
TestConso.fr

Contact | Documents à télécharger | Plan du site | français | english
Présentation | Méthodes | Panels & Etudes Internet | Articles & Recherches
QualiQuanti - 12 bis, rue Desaix 75015 Paris - Tél : 01 45 67 62 06 Fax : 01 45 67 01 44

Nos blogs : www.marketingetudes.com & www.mediaetudes.com

anadoo

Rechercher Favoris

Recherche Marketing & Etudes Internet.

Réflexions sur les études marketing et clés pour réussir les études online. www.marketingetudes.com

Des questionnaires en ligne motivants pour éviter les réponses laxistes (séminaire Efficacité de l'IREP)

J'ai eu le plaisir de faire une présentation à l'IREP jeudi 11 mai 2006 sur la qualité des terrains online et sur la problématique de l'implication des interviewés.

J'ai d'abord montré de quelle manière se manifestait le phénomène du clicking through (questionnaires laxistes ou bâclés). On peut aussi parler de straight-liners pour désigner "les réponses en ligne droite". Ce phénomène est très variable d'un panel à l'autre et d'une enquête à l'autre. Il est dépendant à la fois de la relation entre l'interviewé et l'interviewer; et de la qualité de l'interrogation.

J'ai ensuite abordé les différents moyens de détection du laxisme : questionnaires incomplets avec de nombreuses non réponses, questions ouvertes vides ou mal remplies, copier-coller, etc.

Pour limiter les risques de réponses machinales, il faut éviter les questionnaires matriciels avec tunnels de questions et énoncé complexes. L'enquête doit donner la sensation d'être à l'écoute de l'interviewé, qu'il faut motiver et valoriser.

A la fin du terrain online, il est indispensable de passer par une phase d'élimination des questionnaires réalisés avec un protocole

A PROPOS DE L'AUTEUR : DANIEL BÔ

Le métier des études est transformé par Internet. L'objectif de ce blog est d'accompagner la réflexion sur les pratiques en matière d'études en ligne. Pour en savoir plus sur l'auteur, cliquez sur la photo.



[Ecrivez-moi](#)

RETROUVEZ LE BLOG MARKETING MÉDIA DE DANIEL BÔ !

anadoo

Rechercher Favoris

Marketing Média (TV, radio, presse, cinéma, web)

Le blog de Daniel Bô sur le marketing média : analyses et réflexions online

Coaching d'animateurs d'émissions de télévision

Avec Sylvain Dumay, conseil en communication et relations humaines, nous avons développé une expertise dans le domaine du coaching d'animateurs. Nous avons des références prestigieuses que nous gardons confidentielles.

L'objectif de ce coaching est d'améliorer la performance des animateurs.

Il me paraît intéressant de détailler les différentes facettes de nos interventions et de décrire les axes de progrès possibles.

[Lire la suite "Coaching d'animateurs d'émissions de télévision" »](#)

19 juin 2006 dans [TV](#) | [Lien permanent](#) | [Commentaires \(1\)](#) | [TrackBack \(0\)](#)

Quel avenir pour les éditeurs de presse sur le Web ?

La semaine du [SPM](#) aura été très instructive pour comprendre les potentialités de la presse magazine vis-à-vis du Web.

La conférence « Presse Magazine et Internet : Quel avenir ? », a traité de la déclinaison de marque et de contenus sur le web. Le magazine de [Public](#) et sa web Tv (4 h de production par semaine) a été mis en avant comme exemple de

A PROPOS DE L'AUTEUR : DANIEL BÔ

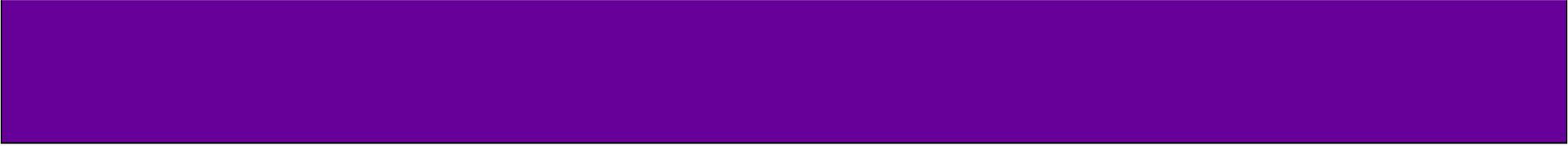
Après 15 ans d'études marketing sur la télévision, la radio, la presse, le cinéma et le web, il m'a semblé intéressant de rassembler les fruits de cette recherche sur un site. Pour en savoir plus sur l'auteur, cliquez sur la photo.



[Ecrivez-moi](#)



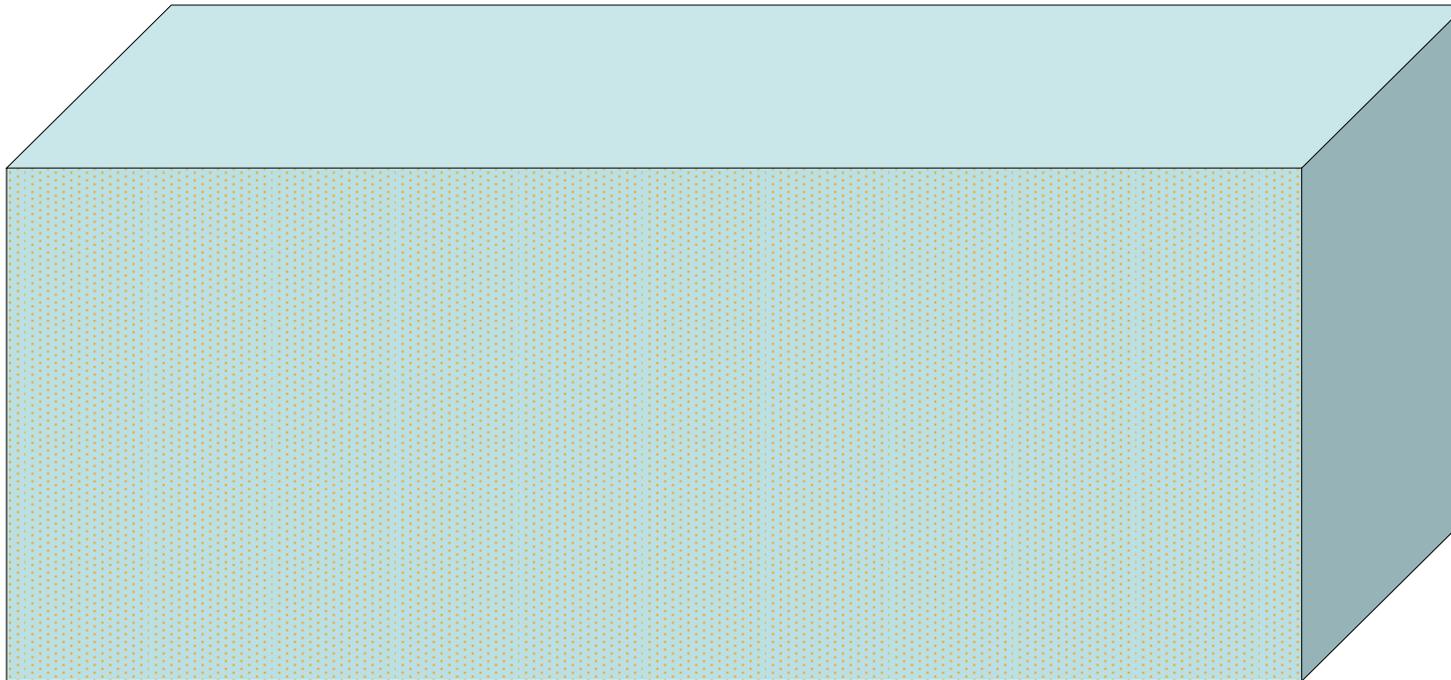
Savoir allier quali & quanti



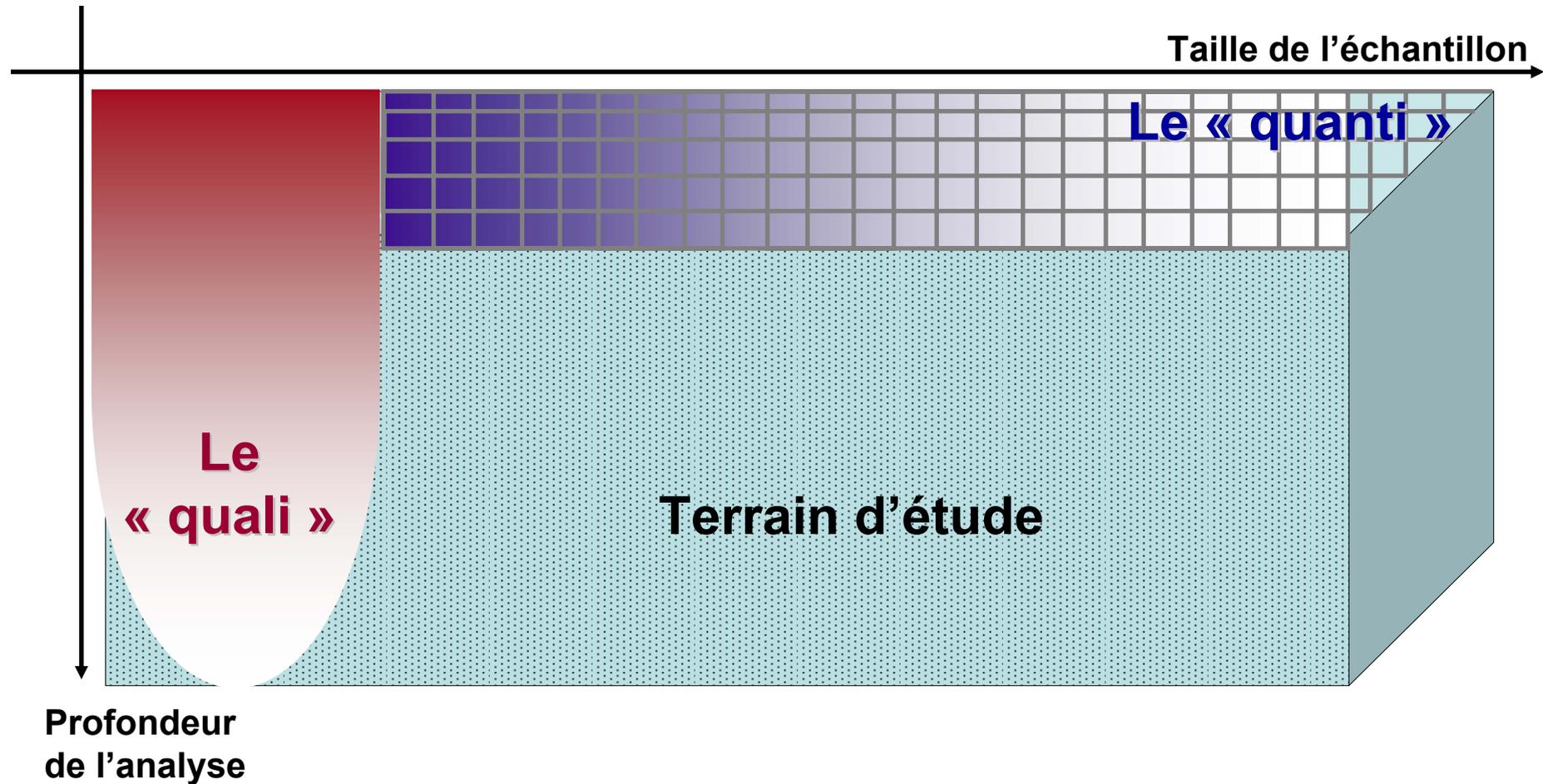
I

**Les clés de la méthode
quali-quant
(la 3ème voie des études)**

Métaphore = une étude est un terrain à sonder



On oppose traditionnellement deux méthodes extrêmes... alors que le terrain est unique



Les limites de chacune des deux méthodes séparément:

Limites du QUALI

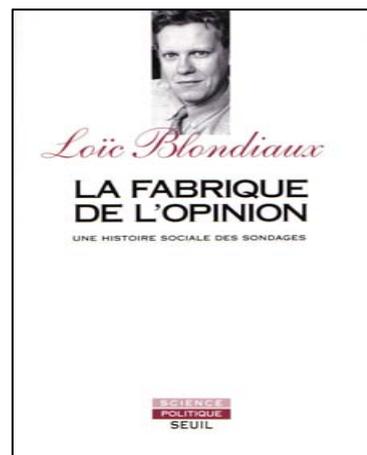
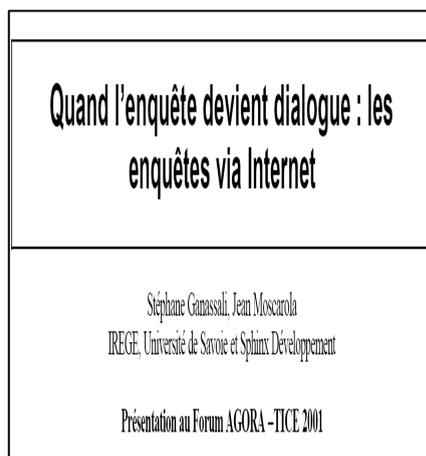
- Insuffisamment pondéré et hiérarchisé
- Manque de crédibilité tenant au faible effectif
- Résultats trop “littéraires” et peu compatibles avec la culture “chiffrée” dominante dans les entreprises
- Effets d’influence dans les groupes

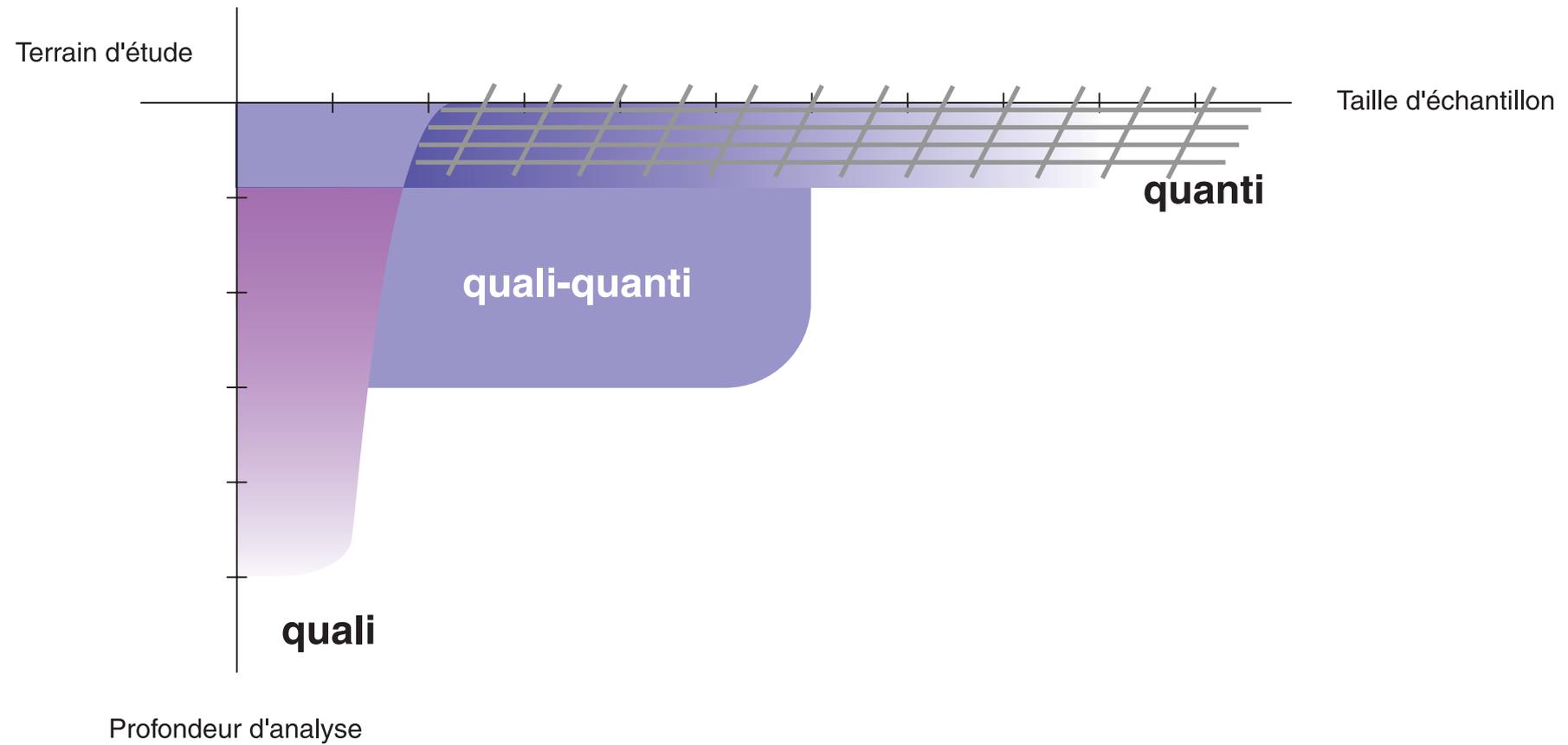
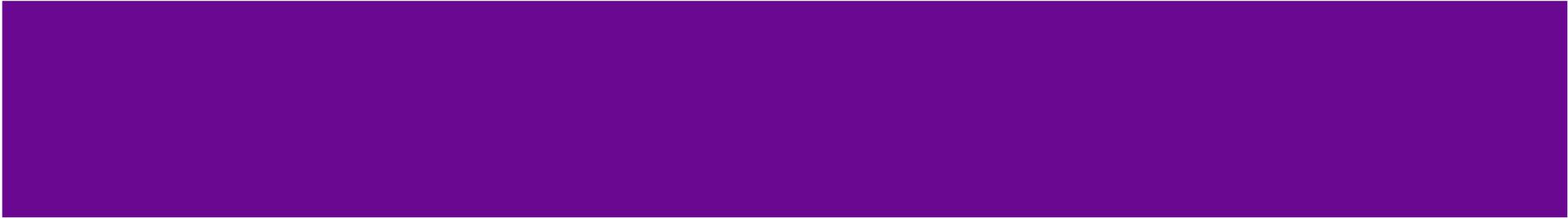
Limites du QUANTI

- Trop superficiel et manque de finesse
- Ne permet pas de sentir le vécu et les opinions
- Illusion d’objectivité
- Résultats chiffrés et variations statistiques parfois difficiles à interpréter

« Quanti / Quali = une distinction artificielle, fallacieuse et stérile ! »

- Les universitaires alertent les instituts d'étude :
 - Critique de la distinction quali et quanti
 - Critique de la fausse évidence des sondages, des « données » de l'opinion publique
- La distinction Quali / Quanti est l'héritière d'une époque où il était difficile d'interroger longuement de larges populations.
- Avec Internet, on peut facilement recueillir un grand nombre de retours qualitatifs
- Avec l'informatique = on peut facilement analyser un grand nombre de données.





Les bénéfices du quali-quantitatif en termes de résultats d'études :

- Plus besoin de choisir entre la force du nombre et la profondeur de l'interrogation
- Saturation du champ d'expériences
- Couverture du champ d'évocations
- Exploration approfondie des usages et des attitudes
- Pondération et hiérarchisation
- Résultats plus sûrs et plus fiables
- Exploration créative



II

Notre approche du quali-quant

1er constat = Frustration des interviewés face aux questionnaires fermés

- **Frustration de l'enfermement** dans une opinion pré-formatée et sentiment de trahison
- **Besoin d'affirmation de son individualité originale**
(latins vs average american)
-> Renvoi au fait que l'individu s'inscrit dans une masse statistique
- En France, **culture de la copie**
Vs culture du **QCM**
- Problème d'une interrogation trop mécanique **accentué avec l'auto-administré online**
(impression de s'adresser à une machine)

➔ **Illusion d'objectivité** et de pureté de l'interrogation quantitative.

2ème constat = Complexité d'analyse des entretiens semi-directifs en grand nombre

- **Difficultés pour un seul individu de mener plus de 15 entretiens (saturation)**
-> nécessité de déléguer et/ou de passer par des retranscriptions et synthèses
- **Fortes redondances et coût important** du dispositif quali à grande échelle
- **Forte déperdition entre le terrain et l'analyse** compte tenu de la masse de données accumulées
- L'entretien individuel semi-directif est un mode d'interrogation très riche et très pertinent
- Utilité d'y associer la puissance de l'informatique et du web

L'approche quali-quantitative

- Un système adapté aux **différents modes d'administration** : face à face, téléphone, auto-administré et en ligne
- Un questionnaire en **entonnoir sans biais** : des questions les plus spontanées aux plus assistées et relancées
- Mimer la démarche de **découverte progressive** en entretien
- **Alternance** questions ouvertes / questions fermées
- Interrogation **ciblée sur 100 à 500 personnes**

Des questionnaires conçus comme des entretiens semi-directifs structurés

- Un système suffisamment **ouvert** pour **laisser l'interviewé s'exprimer** sans l'enfermer dans une grille de réponses (entretien structuré)
- Un système suffisamment **fermé** pour permettre des **exploitations systématiques**

Un questionnaire en ligne très **OUVERT** / 1 page

bbtest.conso.recrut - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

TestConso.fr
Votre avis a de la valeur

" Enquête sur Testconso "

Cher panéliste de TestConso,

En 2004 ou 2005, votre participation aux enquêtes de TestConso a pu être récompensée par l'envoi d'un chèque-cadeau Kadéos ou par un autre type de cadeau.

Nous souhaiterions avoir votre avis sur le site www.testconso.fr, les enquêtes et les dotations à travers :

- un questionnaire court de sélection dont le lien est proposé ci-dessous
- la participation à un forum qualitatif privé (avec connexion personnalisée) où vous pourrez donner votre avis à des hypothèses d'évolution, lire et réagir sur les réactions des autres participants sélectionnés.

Les participants qui auront répondu aux différentes phases de l'enquête recevront à l'issue 10 euros en chèques cadeau Kadéos.

Cette récompense sera attribuée à chaque participant ayant bien respecté les règles de fonctionnement de l'enquête, notamment celle de répondre aux questions posées.

Les participants sélectionnés pour participer à l'enquête seront prévenus au cours de la semaine du 07 novembre.

Merci d'avance pour votre participation.

L'équipe de TestConso.fr

Que diriez-vous à quelqu'un qui ne connaît pas TestConso pour lui présenter le site et son fonctionnement ?

Depuis quand êtes-vous inscrit sur le site TestConso.fr ?

Depuis moins de 6 mois
 Depuis 6 mois à 1 an
 Depuis 1 à 2 ans
 Depuis 2 à 3 ans
 Depuis plus de 3 ans

Comment avez-vous connu le site TestConso.fr ?

bbtest.conso.recrut - Microsoft Internet Explorer

Fichier Edition Affichage Favoris Outils ?

Y a-t-il des choses que vous avez appréciées sur les enquêtes proposées par d'autres panels et que vous aimeriez retrouver dans les enquêtes de TestConso.fr ?

Connaissez-vous des panels qui ont des dotations intéressantes et motivantes ?

Oui
 Non

Si oui, précisez ce que vous appréciez dans le système de dotation :

Si les enquêtes étaient payées en euros, à combien estimez-vous la valeur d'une enquête d'une durée de 20 minutes ? (précisez un montant en euros)

Avez-vous reçu un chèque cadeau ou un cadeau de la part de TestConso.fr depuis votre inscription ?

Oui j'ai reçu plusieurs chèques cadeau Kadéos
 Oui j'ai reçu un chèque cadeau Kadéos
 Oui j'ai reçu un autre type de cadeaux (échantillons, ustensiles, CD, DVD, etc.)
 Non je n'ai rien reçu

Quelles impressions avez-vous eues en recevant le chèque cadeau Kadéos ou le cadeau par La Poste ?

Voici différents usages possibles du chèque-cadeau Kadéos que vous avez reçu. Cochez les usages que vous avez pu avoir : (plusieurs réponses possibles)

Je l'ai stocké en attendant de faire un gros achat
 Je l'ai utilisé dans les jours qui suivent leur réception
 Je l'ai offert à mes enfants
 Je l'ai offert à une personne de mon entourage (autre que mes enfants)
 Je l'ai utilisé pour acheter des choses que me font plaisir
 Je l'ai utilisé pour acheter des cadeaux à des personnes de mon entourage (enfants, amis, ...)
 Je ne l'ai pas utilisé car ça ne m'intéresse pas

Des réponses ouvertes RICHES et DETAILLEES

QO_def_testconso
Donner son avis sur des produits de consommations courantes et obtenir des bons d achats
On participe à des enquêtes sur des sujets intéressants, en tout cas pour moi.
Le site est simple d'utilisation, on peut donner son avis et gagner quelques euros...
Un site de tests pour les consommateurs afin de juger de la qualité des produits proposés aux consommateurs.
Peu contraignant ; un échange de bon procédés : des renseignements sur nos habitudes de consommation contre des chèques cadeaux, des enquêtes anonymes et rapides
Que c'est un site qui donne l'opportunité de pouvoir s'exprimer sur tel ou tel produit
C'est un site convivial qui permet de répondre à des enquêtes simples, rapides, permettant de gagner facilement des chèques KDO. Cela permet d'être actif dans le domaine de la consommation.
C'est un lieux où nous pouvons dire ce que nous passons sur les biens de consommation de la société et de ses services que nous utilisons régulièrement dans notre foyer ou dans les divers lieux de vie que nous fréquentons.
Un site où l'on donne son avis sur divers produits. très simple d'utilisation : on reçoit un mail d'invitation à participer à une enquête.
Je lui dirais de s'inscrire pour recevoir d'éventuels chèques cadeaux en donnant son avis.
Il permet de faire découvrir aux consommateurs de nouveaux produits et de connaître nos goûts et nos envies
Site agreable et utile
Je dirais que c'est un site qui est tres interessant car il permet aux gens de gagner de l'argent en donnant leur avis qui doit etre convainquant .
TestConso est un site Internet permettant aux sociétés désireuses de lancer un nouveau produit, de connaître l'impact commercial de tel ou tel produit, de cibler les besoin de leurs clients ou d'améliorer leur image (entre autres), d'interroger un panel sélectionné de consommateurs. Ceux-ci peuvent librement donner leur avis, à travers des questionnaires orientés (QCM) ou ouverts. Ces questionnaires sont parfois très ciblés sur une marque ou un produit, et parfois demeurent mystérieux afin de ne pas influencer le paneliste. Pour le panéliste, c'est une excellente occasion de donner son avis en ayant pour possibilité de gagner des chèques Kadeos ;-)
Testconso est un groupement de panelistes où nous pouvons donné notre avis sur différents domaines et ceux plusieurs fois dans le mois. notre avis compte et c'est cela qui est important
Des sondages courts , des cheques cadeaux à gagner
C'est un site sur lequel on répond à des enquêtes et nous sommes récompensés
Site agréable ou les questions ne sont pas très longues et surtout intéressante. la rémunération, par bon, est rapide, sérieuse.
Testconso permet aux consommateurs de donner leur avis quant à la qualité des produits, de tester un produit avant la mise sur le marché en répondant à des questionnaire simple et amusant en ligne,cela ne prnds que 10 à 20 minutes . De plus vous êtes récompensé par des chèques cadeaux Kadéos.
Que c'est un site simple qui propose des enquetes
Je dirais simplement que si la personne est intéressée de donner son avis et en plus qu'elle est récompensée pour cela, il lui suffit de s'inscrire sur TestConso. C'est pour moi un site sérieux.
Bon lien pour répondre à des enquêtes avec une rémunération interessante
Convivial rapide et sympa.Fonctionnement très facile.
C'est facile et ça ne prend pas trop de temps. Les réponses sont libres.
C'est un site qui fait des enquetes. il faut s inscrire (gratuitement) ensuite regulierement le site te sollicite pour repondre a des enquetes, participer a des reunions ou tester des produits. c est interessant parce que tu aides a concevoir des concepts ou des produits nouveaux. et tu peux donc influer sur les nouvelles choses.

Possibilité de recueillir photos, vidéos,...



Le traitement des questions ouvertes

- Analyse qualitative avant tout :
 - ≠ codification
 - ≠ lexicographie ou text mining
- Les logiciels aident l'analyse mais ne la remplacent pas :
 - traitement de texte,
 - tableur,
 - analyse lexicographique
- Regroupement des réponses par question ou par profil :
 - Possibilité de trier le quali par le quanti
 - Temps d'analyse important avec pleine concentration
 - Traitement exhaustif ou partiel des réactions
 - Comptage et codification sur certaines questions

Tri des réponses ouvertes selon le profil

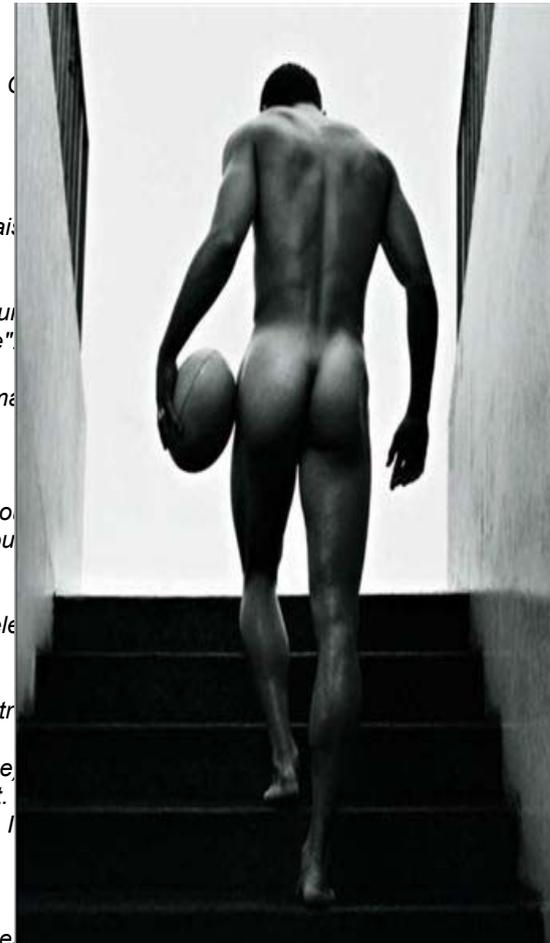
Question – : Vos impressions sur la photo de Poitrenaud

Hommes

- Photo très bien faite. L'entrée sur le terrain est le moment ou les sportifs ressentent le plus d'émotion. C'est un contraste entre le sérieux et le comique.
- C'est symbolique de voir un homme qui "pénètre" nu dans le stade. On voit l'homme dans sa nature.
- Sensuelle et très tournée vers des fantasmes gay
- Celà fait penser à un athlète Grec (à cause de la nudité) qui rentre sur le Stade.
- On peut remarquer qu'il a un joli corps et qu'il a raison de le montrer, pour faire plaisir aux femmes mais pour attirer les femmes vers le rugby.
- Un peu nudiste qui monte dans sa chambre
- C'est une photo assez soft. Peut être que l'on ressent une sensation de nudité lorsque l'on rentre sur un terrain devant 20 000 personnes. Je trouve que cela reflète assez bien l'image du sportif entrant dans l'"arène".
- Belle photo, la mise en valeur de la forme des fesses avec celle du ballon est intéressante.
- J'aime bien l'idée que 30 rugbymen puissent entrer sur un terrain dans cet appareil pour disputer un match.
- Elle est amusante car le ballon donne l'impression qu'il y a une 3ème fesse

Femmes

- C'est la seule photo qui ne m'a pas plu car on ne voit pas le visage de ce charmant jeune homme!!! Non, pour les femmes, contrairement aux hommes, il nous faut voir un ensemble, un simple corps ne suffit pas à nous séduire, le visage est essentiel. Cette photo est vide d'émotion...dommage
- Joli angle de vue il part au combat avec une sacrée belle paire de Fesses -)
- Parfait, je veux le même à la maison!!!! y a un très beau côté artistique, ne pas voir le visage du modèle est aussi bien, le côté suggestif est aussi plaisant.
- Je croquerais bien ces fesses.
- L'angle de vue est divin, on dirait qu'il sort des vestiaires d'un stade, après une douche. L'homme est très séduisant et dégage une énorme sensualité. Le fait de ne pas voir son visage laisse rêveuse...
- En noir et blanc le ballon fait plus penser (excuse moi de ce que je vais dire mais c'est ce que je pense) à la 3ème fesse c'est un bizarre. Mais ça ne change pas le fait que le rugbyman soit bien fait physiquement.
- On a l'impression de voir une statue de marbre et non un corps d'homme. Il a des fesses magnifiques. Ça fait penser à un Dieu grec. La photo en noir et blanc rend très bien. Impression d'imortalité.
- Le corps de l'homme est sublime en pleine action (il monte les marches) et les muscles sont très bien dessinés. Le fait qu'il soit de dos on peut imaginer qui on veut. Elle me fait penser au statut grecque!
- Photo classique (en général, les hommes nus restent de dos) mais quand même très réussie. Ce qui est sympa c'est que finalement ce pourrait être n'importe qui (on ne voit pas son visage).





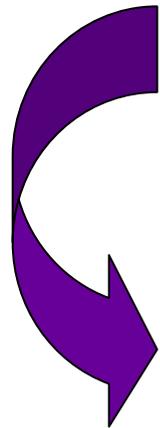
III

**4 exemples d'utilisation de
l'approche quali-quantitative**

1er exemple : le recrutement quali-quantitatif des consommateurs

Impératif qualitatif

- **Sélectionner** des profils intéressants et utiles



Impératif quantitatif

- **Contact**er un grand nombre de participants potentiels



+ respecter les contraintes économiques, logistiques et temporelles.

Recrutement : modalités de contact et de sélection

Logique Quantitative

Logique Industrielle

Entretien plus rapide et plus superficiel

Nombre de contacts important :
200 à 500

Risque de sélectionner de manière trop superficielle les participants.

Logique Qualitative

Logique artisanale

Entretien approfondi : dialogue

Nombre de contacts limité :
50 à 150

Difficulté de contacter un grand nombre d'individus en restant dans un cadre économique acceptable.

Recrutement par questionnaire quali-quantitatif

Pré-recrutement online

+

Sélection téléphonique

Contact de 500 à 3000
personnes avec un
questionnaire online
incluant des questions
ouvertes

Sélection téléphonique
finale très quali
= Des groupes toujours très
cœur de cible

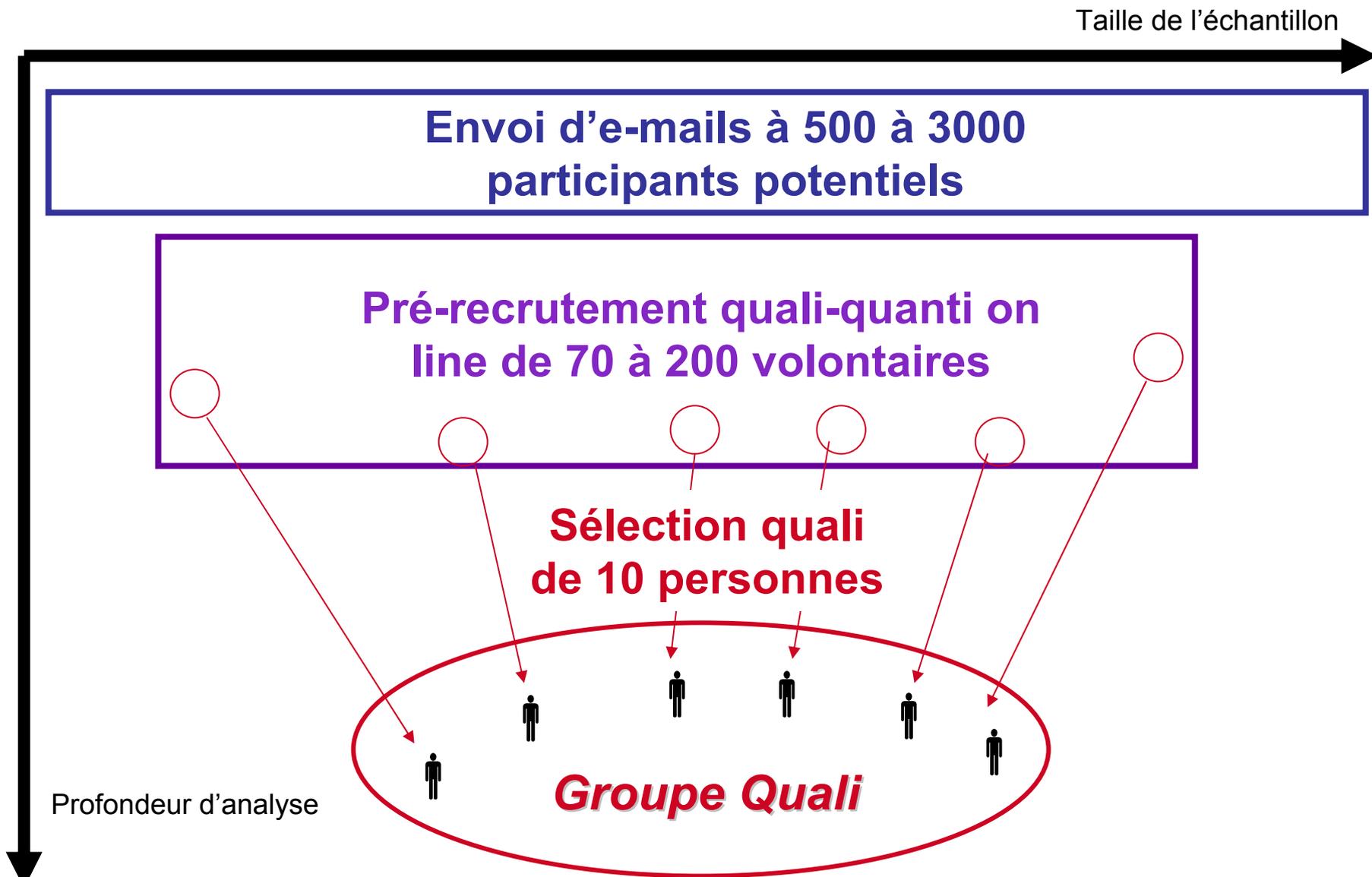
Objectif : 70 à 200 réponses.



Eclairage d'une enquête en amont des groupes
+ sélection mieux qualifiée quelque soit la
pénétration



Solution : pré-recrutement online + sélection téléphonique



2ème exemple : L'articulation quali + quali-quantitatif

Voici un dispositif qui permet d'éviter deux écueils :

Dispositif qualitatif
lourd avec beaucoup
de groupes

- Grand nombre d'entretiens et de groupes
- Lourd et long
- Cher
- Déperdition et redondance

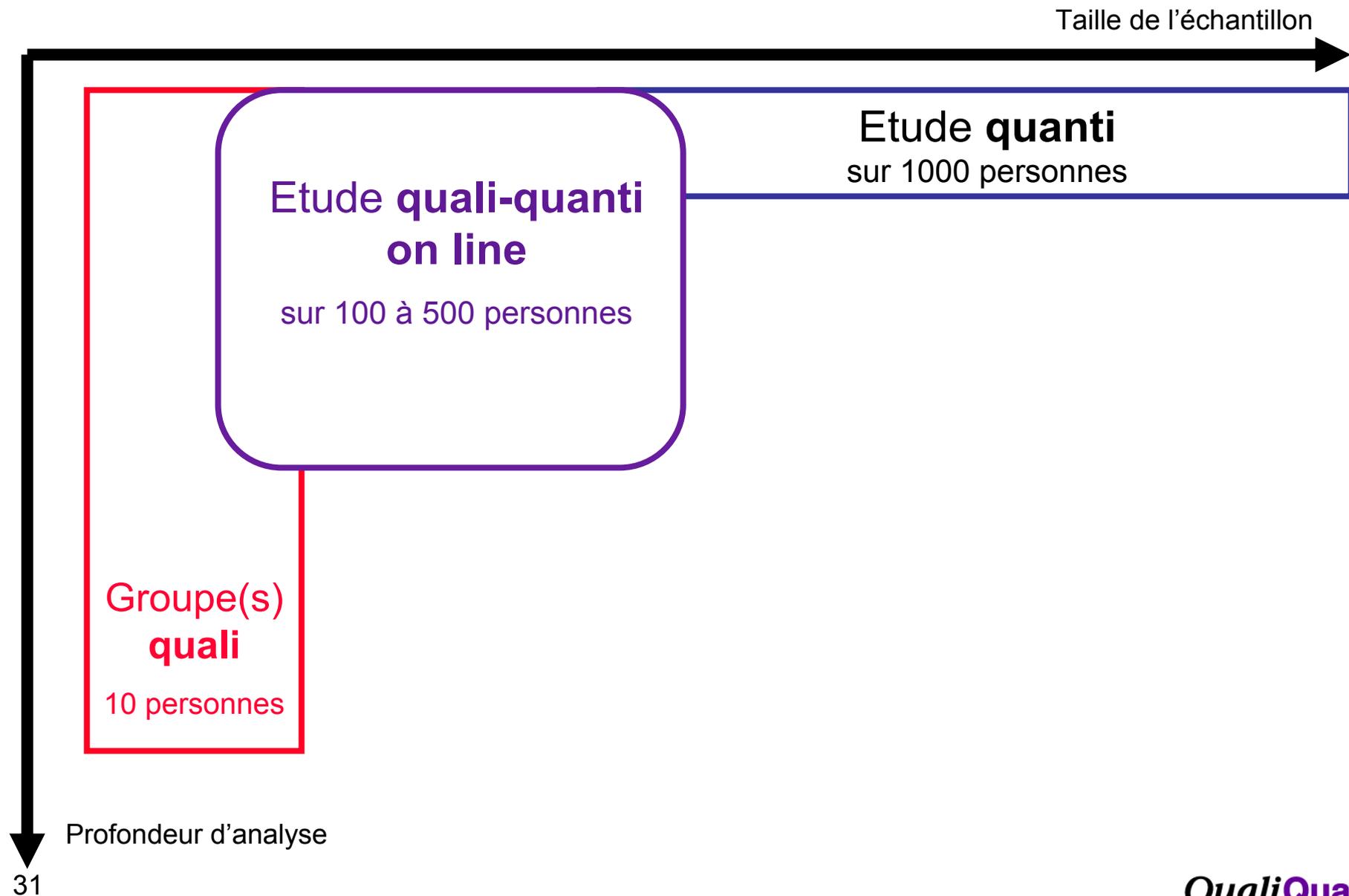
Dispositif avec phase
quali + phase quanti
très hétérogènes

- Difficile à articuler
- Equipes différentes

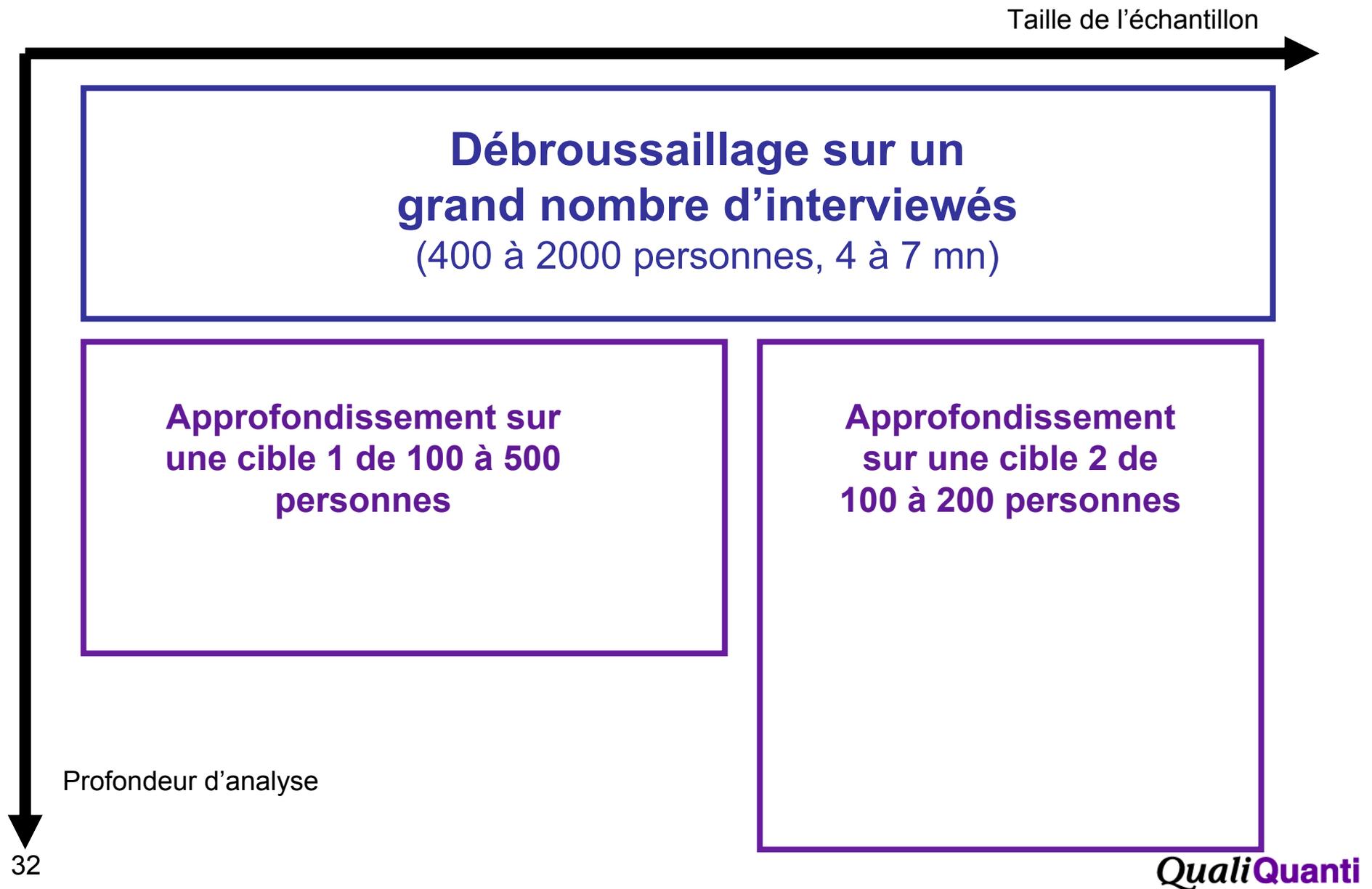
Une combinaison optimale : groupes quali + quali-quantitatif online

Les groupes quali	L'enquête quali-quantitatif
Dynamique de groupe	Entretien individuel
Effectifs limités 20 à 30 personnes pour 2 à 3 groupes	Effectifs plus importants 100 à 300 personnes
Face à face (animation orale, interaction avec l'animateur, prise en compte du non verbal, réactions sensorialité)	Auto-administré (animation écrite, absence d'influence de l'intervieweur et entre interviewés, spontanéité)
Interrogation locale (2 ou 3 sites)	Interrogation nationale (en ligne)
Interrogation exploratoire (capacité d'improvisation, créativité, recherche des pistes d'optimisation)	Interrogation structurée favorisant des analyses systématiques
Interrogation en priorité du cœur de cible + autres cibles	Interrogation d'une cible élargie

2ème exemple : quali + quali-quantitatif



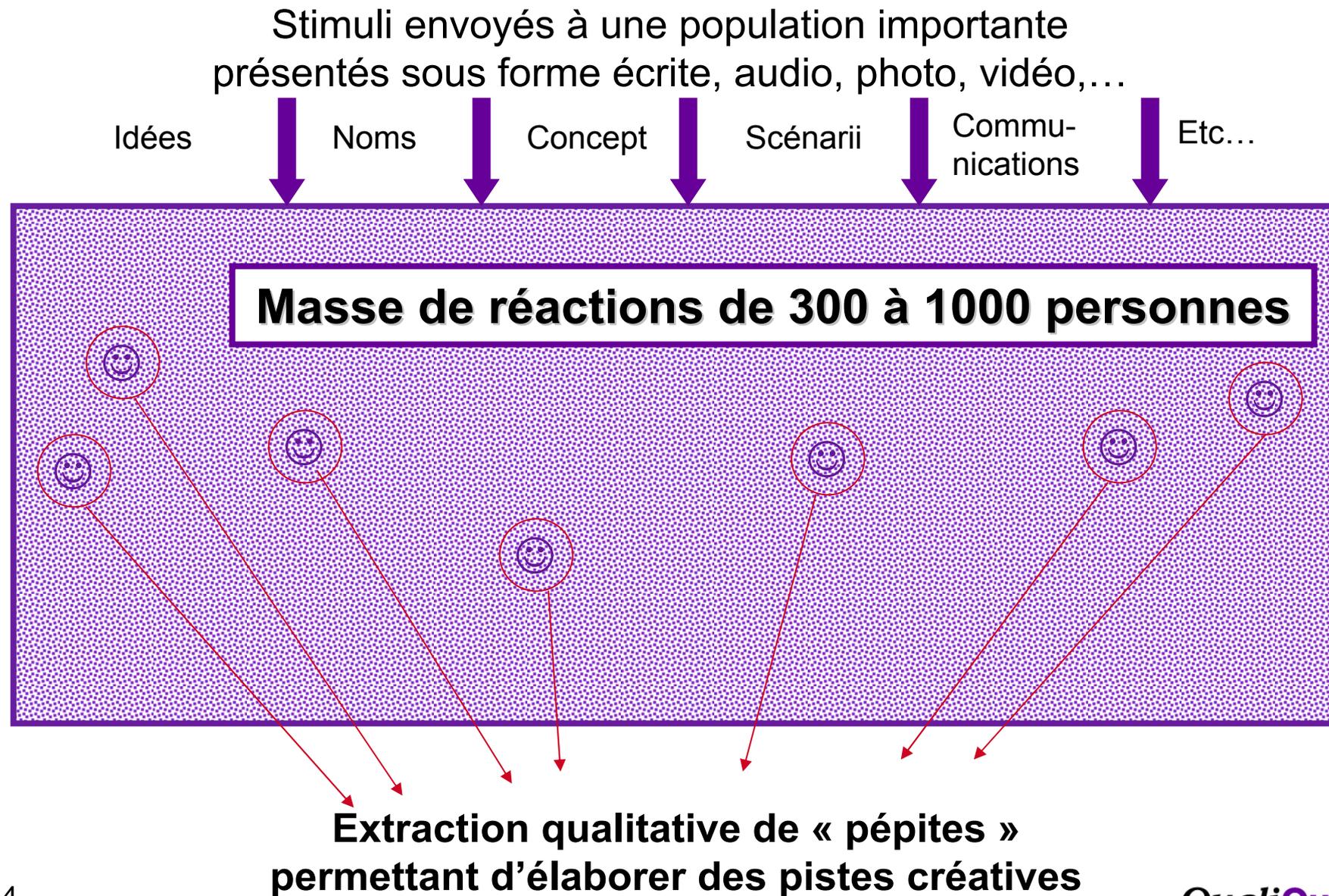
3ème exemple : quanti + quali-quanti



4ème exemple : l'exploration créative (constat)

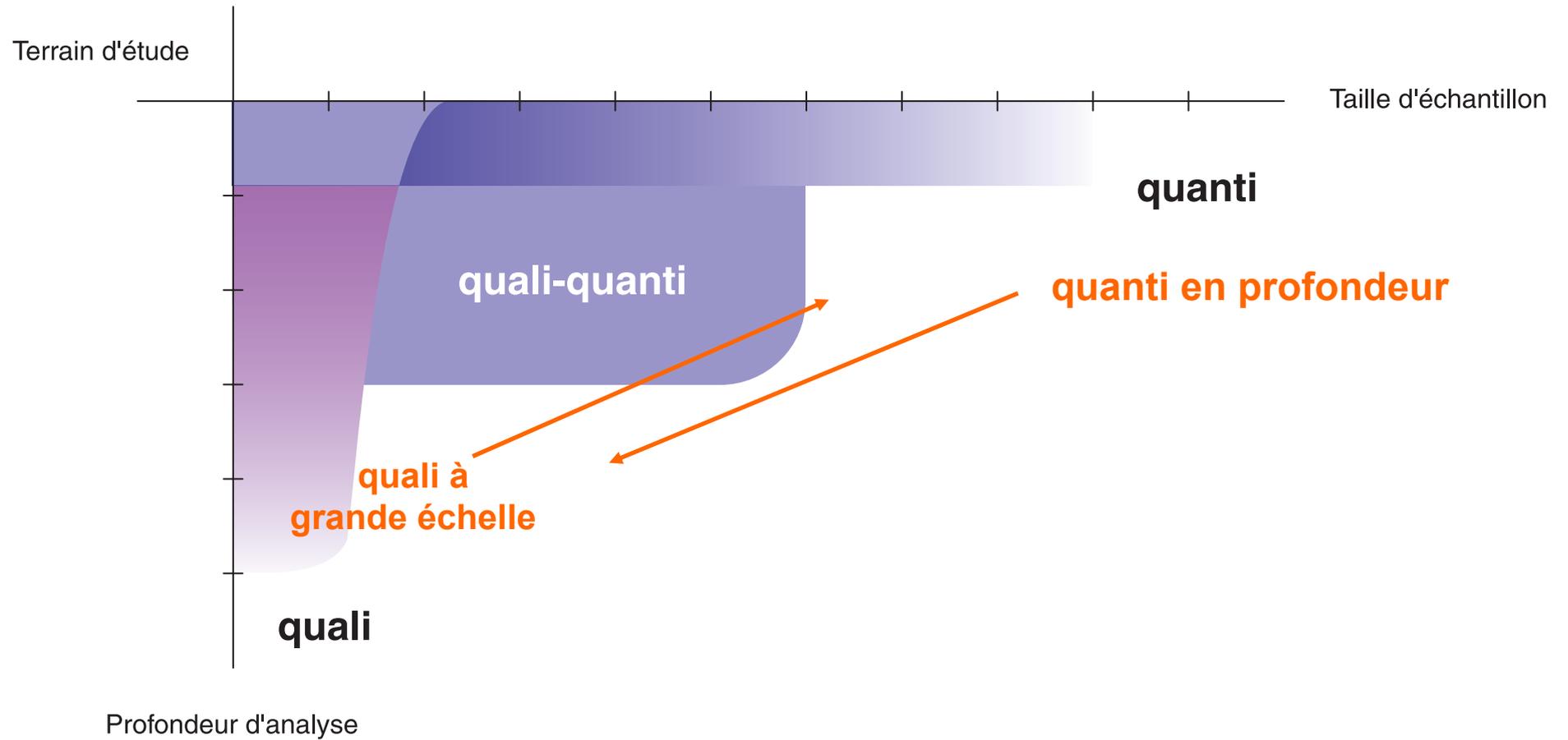
Aujourd'hui	Suggestion
Les gros échantillons ne sont jamais utilisés pour les études à vocation créative	La créativité peut venir du grand nombre si on sait repérer les pépites
Le consommateur lambda est jugé peu créatif surtout avec une interrogation via un questionnaire	On peut tout à fait rendre les consommateurs créatifs : en soumettant des stimuli (pistes, concepts, etc) pour obtenir des réactions (amplifications, associations d'idées, etc) en s'appuyant sur une population importante : la quantité fait la qualité

4ème exemple : l'exploration créative quali-quantitative





Conclusions



Les avantages du quali-quant

Pour le terrain

- Des questionnaires plus motivants
- Un recueil plus spontané
- Une approche qui tire mieux parti de l'informatique et de l'Internet
- Un meilleur contrôle du terrain
- Une approche plus rapide
- Transparence du recueil
- Contrainte : requiert une équipe disponible de haut niveau pour l'analyse

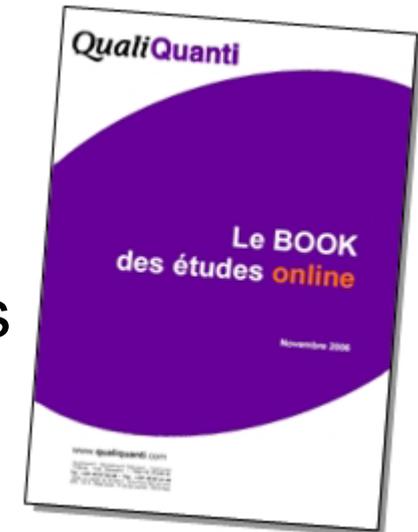
Pour les résultats

- Avoir à la fois le nombre et la profondeur
- Des méthodologies plus ciblées (Vs l'échantillon représentatif)
- Epuiser le champ des réactions
- Résultats plus fiables et plus fins
- Le rapport d'étude reprend l'essentiel du terrain (pas de déperdition)
- Utilisation pour les tests, les usages et attitudes, l'exploration créative, etc

« Le book des études online » : demandez-le sur le site www.qualiquanti.com

Parmi les sujets abordés :

- Les avantages d'Internet pour les études
- La représentativité des internautes
- Les nouvelles conditions d'interrogation des études en ligne
- Le format des questionnaires en ligne
- La qualité du terrain dans les études en ligne
- Les panels internet
- Les études qualitatives online
- L'approche online de l'institut QualiQuanti



Merci de votre attention

Pour aller plus loin, je vous invite à :

- aller sur le site www.qualiquanti.com
- Visitez nos blogs www.marketingetudes.com et www.mediaetudes.com
- Nous contacter (cf. coordonnées sur le site)

Daniel Bô (d.bo@qualiquanti.com)

www.qualiquanti.com
QualiQuanti
12bis, rue Desaix • 75015 PARIS
Tel : 01.45.67.62.06