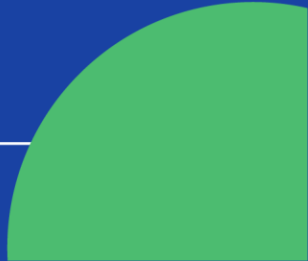


**PARTAGE DES SCIENCES
TECHNIQUES ET INNOVATIONS
EN HAUTS-DE-FRANCE**



Conseils sur Comment construire un questionnaire dans le cadre de ma démarche inclusive



Objectifs

- Se poser les bonnes questions au départ
 - Comprendre les limites du questionnaire
- Pistes et points de vigilance pour construire et adapter son questionnaire en tenant compte du public auquel il s'adresse

Cadrage méthodologique

Pourquoi

Préciser
clairement
ses objectifs

Comment

Choisir la
méthode de
collecte la
plus adaptée

Qui

Définir son
public, le
périmètre de
l'enquête

Où

Cadrage
géographique
/ lieu de
passation

Quand

Définir la
temporalité,
calendrier
prévisionnel

Pourquoi choisir le questionnaire ? Avantages VS. inconvénients

Avantages

Données comparables

Grand nombre de réponses possible

Chiffres = dégager des tendances

Gain de temps : analyse / compilation

Inconvénients

Pas attractif = résistance

Ne permet pas une expression libre = frustration

Cadre descendant

Impersonnel (particulièrement en autopassation)

Qualité des réponses limitée

Autopassation VS. passation guidée

Autopassation

- Il faut être à l'aise avec la lecture / peut être exclu pour certaines personnes
- Moins bon taux de réponse / plus d'abandon
- Questionnaire moins bien rempli (non réponses)
- + Gain de temps pour la collecte
- + Relais diffusion

Passation guidée

- Demande du temps de travail humain
- Logistique / matériel (téléphone, visio)
- + l'enquêteur.rice doit être à l'aise pour mettre à l'aise
- + Meilleur taux de réponse / moins d'abandons
- + Questionnaire mieux remplis
- + Lève le frein de la lecture

Questionnaire papier VS. Questionnaire en ligne

Questionnaire papier

+ - Contrainte d'usage : à utiliser en présentiel

+ Permet de capter les publics directement, pour un retour à chaud

+ Présentiel = meilleur taux de retour / réponse

- Attention au format, éviter les questionnaires trop longs (recto-verso max à privilégier)

- Temps de retranscription

- Des réponses hors cases

- Non réponse sur des questions importantes

> Prévoir temps de saisie et espace de collecte

Questionnaire papier VS. Questionnaire en ligne

Questionnaire en ligne

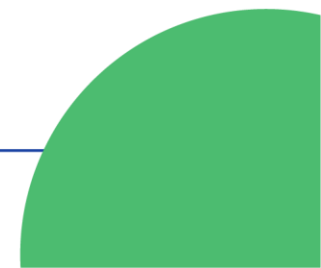
- + Permet des questions conditionnelles = une expérience plus fluide du questionnaire
- + Permet des questions obligatoires + des formats de réponses calibrés
- + Selon le logiciel, permet de travailler l'esthétique du questionnaire (pictos, couleurs, images...) pour le rendre plus attrayant
- +/- Permet la collecte à distance
- + Base de données directement exploitable (gain de temps)

- Souvent utilisé en autopassation, avec toutes les contraintes déjà citées
- Nécessite de l'équipement numérique et une connexion internet (frein pour certains publics)
- Nécessite de se sentir à l'aise avec le numérique (peut générer des blocages sur l'usage)
- Rafraichissement de la page pouvant générer une perte de données en cours de saisie (gestion du temps à anticiper)
- Problèmes techniques divers

Comparaison de 3 logiciels de questionnaire en ligne : Frama, Microsoft et Google

	Gratuité	Hébergement des données	Champs conditionnels	Esthétique
Framaforms	oui	France	++	+
Microsoft forms	non (inclus dans suite office)	Europe	+	++
Google forms	oui	Etranger (USA)	+	+

> Personnellement, parmi les solutions « gratuites », je privilégie l'usage de Framaforms, solution libre, française, qui permet une certaine finesse dans l'architecture du questionnaire.



Quelques conseils pour bien construire ses questions

Pertinence des questions : est-ce qu'elle apporte un éclairage sur ce que l'on cherche à observer ?

= **Eviter les questions inutiles / redondantes**

Pertinence au regard du public : est-ce la formulation de la question et des modalités de réponse sont adaptés à ce public ?

RGPD : éviter de collecter des données personnelles non pertinentes.

Si on collecte des données personnelles, toujours :

- Demander le consentement explicite
- Définir et donner le contact de la personne référente
- Définir temps de conservation des données

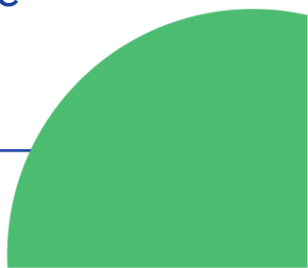
Eviter les données **inutilisables**.

Exemples à éviter : questions trop complexes/ambiguës, questions doubles, champ texte quand on cherche l'exhaustivité, question trop fermée...

Bien penser **l'ordre des questions** : renvoie à l'architecture du questionnaire

Penser aux **questions « filtre »** : nécessaire aux analyses croisées (Ex: le genre, l'âge, le code postal...)

Penser aux **questions de caractérisation** : pour s'assurer que les répondant.es sont dans le champ d'étude



Questions fermées (à choix unique ou multiple) ou ouvertes (champ texte), que choisir?

POUR LA PERSONNE QUI REPOND :

+ Rapidité / facilité de réponse

- Sentiment de frustration (s'enfermer dans une case)

+ Précision (choix des mots et de la façon de raconter)

- Lourdeur / avoir l'impression de n'avoir rien à dire

POUR L'ENQUÊTEUR.RICE

+ Exhaustivité

+ Facilité d'analyse

- Limite de la précision des réponses

+ Capter plus finement le ressenti, le vécu

- Analyse plus complexe

- Beaucoup de champs vides

Fermée

Ouverte

Architecture et configurations du questionnaire : quelques conseils

Aller du plus général au plus complexe

Privilégier des questions faciles à répondre au début = donner le sentiment d'avancer vite

Eviter de commencer par un champ texte

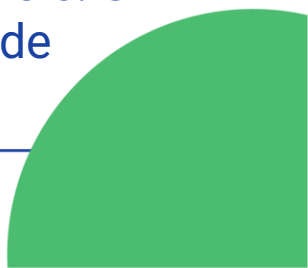
Placer les **questions d'identification** (nom, mail..) plutôt à la fin

Configurer des questions conditionnelles (ou à tiroir) sur les questionnaires en ligne, pour une meilleure fluidité

Penser à utiliser les différents styles de champs codés, type numérique, mail, code postal, autant que possible pour cadrer le format de réponse

Rendre certaines questions obligatoires (lorsque c'est possible) : identifier celles qui sont essentielles. Les questions de caractérisation / filtre notamment

Dans le chapeau, indiquer l'objet de l'enquête, qui la mène, la période de collecte, le temps de saisie. Si questionnaire en ligne, prévoir un message de confirmation est un +



Impliquer les publics : entretiens exploratoires et phase de test

Trouver des volontaires qui correspondent aux publics ciblés, y compris dans son entourage.

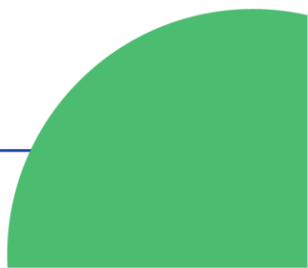
Entretiens exploratoires :

en amont, présenter le projet, les questionnements, partager les points de doute. Permet de recueillir les impressions, de préciser certains choix, d'adapter le vocabulaire.

Phase test :

permet d'identifier les questions qui ne sont pas adaptées, de corriger, d'adapter le questionnaire, son architecture, ou la formulation des questions et modalités de réponse. Adapter le vocabulaire. Prendre la mesure du temps de saisie. Identifier ce qui peut décourager et occasionner un abandon.

Idéalement, phase test avec plusieurs personnes de **différents profils**. Phase test **dans les mêmes conditions** prévues pour la passation (passation guidée / autopassation).



Phase de collecte : préparer, anticiper

Qui je cible, comment?

Liste de diffusion = pour un groupe spécifique.
Permet de maîtriser le suivi et la relance

Document de suivi = pour suivre qui répond et adapter les relances.

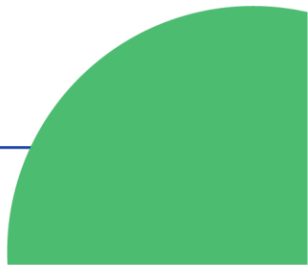
Relais = pour une diffusion plus ouverte. Bien définir à qui ça s'adresse dans un message d'invitation. Impliquer les diffuseurs relai permet de bénéficier d'un **transfert de confiance**

Définir la période de collecte, l'objectif en nombre de réponses, prévoir un prolongement si besoin

Communication adaptée au public. Travailler les messages d'invitation et de relance.

Prévoir une stratégie de relance balisée dans le temps.
Des relances ciblées / relances individualisées.

Questionnaire papier en présentiel : prévoir du temps dédié à le remplir, des stylos/crayons, un espace adapté, une urne le cas échéant



Traitement des données et restitution

Les données collectées doivent être traitées et analysées.

A ne pas faire : collecter des données et ne rien en faire.

Excel (ou similaire) : un outil indispensable pour constituer une base de données, y compris des données de nature « qualitative »

Astuce : il y a des tutos très bien faits, en ligne, pour l'usage d'Excel

Prévoir le temps de retranscription dans son calendrier prévisionnel

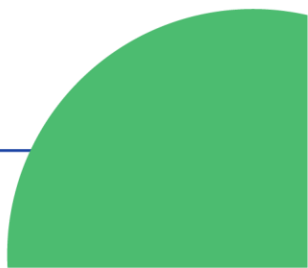
Les champs texte demandent un temps d'analyse plus important (il faut requalifier les idées pour pouvoir les comparer). A prévoir

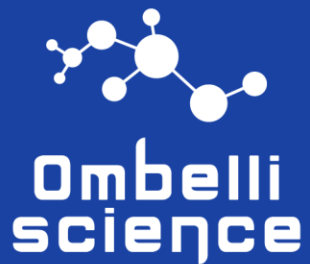
Stocker les données de façon sécurisée et prévoir l'anonymisation (si nécessaire)

Prévoir le format de restitution des résultats en fonction de à qui cela s'adresse :

- En interne, auprès de ses collègues ou sa hiérarchie
- En externe, auprès d'homologues
- Auprès de financeurs
- Auprès des publics

Si on annonce une restitution, tenir parole





**PARTAGE DES SCIENCES
TECHNIQUES ET INNOVATIONS
EN HAUTS-DE-FRANCE**

A decorative graphic on the left side of the slide consists of four circles of different colors (yellow, dark blue, white, and green) connected by thin white lines, resembling a molecular structure.

Merci de votre attention

Ombelliscience - La Graineterie, 12 rue Dijon 80000 Amiens – www.ombelliscience.fr

A large green semi-circle graphic is located in the bottom right corner of the slide.