

# LES BONNES PRATIQUES DANS LES ENQUÊTES EN LIGNE

Antoine Moreau <sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Ipsos Loyalty*

Les enquêtes en ligne ont connu un développement très important ces dernières années dans la sphère des instituts d'études privés. Dans certains domaines, comme la mesure de l'efficacité publicitaire, les enquêtes par internet représentent l'essentiel des données collectées dans les pays occidentaux. L'avantage de coût, par rapport à d'autres modes de collecte est évident, mais les enquêtes en ligne ne sont pas seulement un outil low cost. Par leur caractère non intrusif, leur capacité à améliorer l'expérience de l'interviewé lors de l'interview et la facilité avec laquelle elles permettent d'atteindre des cibles à faible pénétration, ce type d'enquête présente aussi certains avantages par rapport à d'autres modes de collecte.

L'atelier, après un état des lieux sur les enquêtes en ligne, abordera les principales questions qu'il faut se poser quand on réalise ce type d'enquêtes. Les points suivants seront abordés :

- Les enquêtes en ligne en quelques chiffres
- Les principaux usages des enquêtes en ligne
- L'exemple d'Ipsos : l'Access Panel online et les enquêtes hors Access Panel
- Les principaux challenges des enquêtes en ligne :
  - L'échantillonnage,
  - L'écriture d'un questionnaire, avec exemple de passage d'un questionnaire téléphonique à un questionnaire en ligne,
  - Le design du questionnaire sur le web,
  - Le taux de réponse.
- La qualité des données collectées

Chaque thème sera illustré par des exemples d'études réalisées par Ipsos.

## Notes biographiques

Antoine Moreau a tout d'abord travaillé à l'Insee, au département de la recherche et dans le domaine des statistiques d'entreprise. Après neuf ans dans la statistique publique, il a rejoint Ipsos en 1996. Il a occupé diverses fonctions de management au sein du groupe, dans le domaine de la collecte des données et des études de marché. Il est actuellement COO du département Ipsos Loyalty, spécialisé dans la mesure de la satisfaction et de la fidélité des clients.