



## Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <u>1. Mode de fonctionnement.....</u>                                 | <u>2</u>  |
| <u>2. Le fichier des paramètres.....</u>                              | <u>3</u>  |
| <u>2.1. Les paramètres de présentation .....</u>                      | <u>4</u>  |
| <u>2.2. Les paramètres de contenu .....</u>                           | <u>5</u>  |
| <u>2.3. Les options à disposition .....</u>                           | <u>9</u>  |
| <u>3. Les conseils des experts.....</u>                               | <u>9</u>  |
| <u>3.1. Réaliser des études de marché en ligne.....</u>               | <u>9</u>  |
| <u>3.2. Quel type d'enquête ?.....</u>                                | <u>10</u> |
| <u>3.3. Attention à la rédaction du questionnaire !.....</u>          | <u>10</u> |
| <u>3.4. Quelle est la longueur optimale d'un questionnaire ?.....</u> | <u>11</u> |
| <u>3.5. Attention au droit !.....</u>                                 | <u>11</u> |

# 1. Mode de fonctionnement

L'outil mis à votre disposition a pour ambition de répondre à des besoins simples, il ne s'agit pas d'entrer en concurrence avec les logiciels spécialisés du marché. J'aurai atteint mon objectif s'il peut être utile à tous ceux qui cherchent simplement à collecter automatiquement les réponses à une enquête élémentaire.

1. Sur le site <http://f-schenk.fr> à la page « Vos enquêtes en ligne », cliquez sur le lien demande de code d'activation.
2. Remplissez le formulaire et vous recevez alors par mail un code qui vous permettra de charger votre fichier paramètres construit d'après le présent manuel
3. Une fois ce fichier préparé, rendez-vous à l'adresse indiquée dans le mail que vous avez reçu pour le charger, puis si le résultat vous convient, validez. Si non, corrigez votre fichier paramètres et rechargez-le. Après validation, vous recevez un mail de confirmation avec l'adresse de votre enquête.
4. Diffusez l'adresse de cette enquête en ligne comme vous le souhaitez. A l'échéance, vous recevrez un mail vous indiquant comment récupérer le fichier des réponses collectées au format « CSV » (directement exploitable par OpenOffice ou Excel).

Il vous reste à exploiter ce fichier. Si toutefois, vous ne savez pas comment et ne connaissez personne qui puisse vous aider, je vous propose de le faire pour vous : envoyer moi un cahier des charges de vos attentes, je vous ferai un devis.

Bien sûr, toutes les suggestions d'amélioration sont les bienvenues, je ferai au mieux pour améliorer le logiciel, mais je ne peux garantir de les prendre toutes en considération.

## 2. Le fichier des paramètres

Pour construire votre questionnaire, il faut créer un fichier de paramètres contenant, au format indiqué ci-dessous, toutes les informations qui le composent. C'est un fichier texte (suffixe .txt) qui se construit avec un éditeur de texte comme le BlocNote et non pas un traitement de texte.

(vous pouvez en télécharger un exemple à la page « Vos enquêtes en ligne » du site <http://f-schenk.fr>).

Voici la liste des possibilités existantes à ce jour, elles sont détaillées une par une dès la page suivante :

| Code        | Type         | Description   |
|-------------|--------------|---|
| POLICE=     | Présentation | Choix d'une police de caractère, de sa taille et de sa couleur              |
| TITRE=      | Présentation | Titre apparaissant centré et en majuscule                                   |
| SOUS-TITRE= | Présentation | Cadré à gauche et en majuscule  |
| TEXTE=      | Présentation | Une explication, un commentaire (cadré à gauche)                            |
| TEXTC=      | Présentation | Une explication, un commentaire (centré)                                    |
| TEXTS=      | Présentation | Une explication, un commentaire (petits caractères, non gras)               |
| TEXTF=      | Présentation | Une explication, un commentaire (aucun formatage, accepte les balises HTML) |
| LIGNE       | Présentation | Une ligne de séparation   |
| ESP         | Présentation | Un espace verticale   |
| Mail=       | Contenu      | Demande d'une adresse mail  |
| R=          | Contenu      | Radio boutons, un seul choix possible parmi plusieurs propositions          |
| C=          | Contenu      | Cases à cocher, possibilité de cocher une ou plusieurs options              |
| Tnn=        | Contenu      | Zone de texte de longueur maximum <b>nn</b>                                 |
| Nnn=        | Contenu      | Zone numérique de longueur maximum <b>nn</b>                                |
| MD=         | Contenu      | Menu déroulant, une option à choisir  |
| REn=        | Contenu      | Tableau à deux dimensions de radio boutons ( <b>n</b> colonnes)             |
| CEn=        | Contenu      | Tableau à deux dimensions de cases à cocher ( <b>n</b> colonnes)            |
| TEn=        | Contenu      | Tableau à deux dimensions de texte et/nombres ( <b>n</b> colonnes)          |
|             |              |   |
| Mxxyy=      | Contenu      | Commentaire de <b>xx</b> lignes de <b>yy</b> caractères chacune             |

C'est dans l'ordre où vous les aurez placés qu'apparaîtront sur le questionnaire les informations correspondant aux paramètres. Il est donc important de bien placer le code définissant la police de caractère en tout début, puis le titre de l'enquête. Ensuite, à vous d'organiser la séquence des questions et les textes explicatifs que vous souhaitez faire apparaître.

Pour certains paramètres, le code suffit (LIGNE, ESP), mais pour d'autres des informations

complémentaires sont nécessaires et dans ce cas, après le signe « = » (collé au code qui le précède), ils sont énumérés toujours séparés par un « ; »

## 2.1. Les paramètres de présentation

- POLICE= ce paramètre indique la police qui sera utilisée pour l'affichage de la page, mais toutes les polices n'étant pas reconnues par tous les navigateurs, il se peut qu'une police de substitution soit utilisée par le navigateur. C'est ici qu'on peut indiquer la taille de la police en indiquant un chiffre de 1 à 7 et enfin sa couleur en utilisant la [codification RGB format hexadécimal](#) précédé de #  
Exemple : POLICE=verdana ;3 ;#17490F
- TITRE= une seule information avec ce paramètre, le titre  
Exemple: TITRE= Les loisirs dans votre vie
- SOUS-TITRE= une seule information avec ce paramètre, le sous-titre  
Exemple: SOUS-TITRE=Votre profil
- TEXTE= une seule information avec ce paramètre, le texte  
Exemple: TEXTE=Cette enquête a pour objectif de déterminer la place des loisirs dans la vie des français
- TEXTC= une seule information avec ce paramètre, le texte(il sera centré)  
Exemple: TEXTC=Cette enquête a pour objectif de déterminer la place des loisirs dans la vie des français
- TEXTS= une seule information avec ce paramètre, le texte (il sera en petits caractères et, contrairement aux autres, non gras.  
Exemple: TEXTS=Cette enquête a pour objectif de déterminer la place des loisirs dans la vie des français
- TEXTF= une seule information avec ce paramètre, le texte (aucun formatage, il est possible d'y inclure des balises HTML)  
Exemple: TEXTF=Cette enquête a pour <i>objectif</i> de déterminer la place des loisirs dans la vie des français
- LIGNE indique qu'il faut faire apparaître une ligne de séparation  
Exemple: LIGNE
- ESP indique qu'il faut faire un espace vertical (sauter une ligne)  
Exemple: ESP

## 2.2. Les paramètres de contenu

- MAIL= une seule information avec ce paramètre, le texte qui précise l'information demandée. Si l'information fournie n'est pas conforme à la structure d'une adresse mail, un message d'erreur sera affiché et les réponses ne pourront pas être enregistrées.

Exemple pour une adresse mail:

MAIL=Indiquez votre adresse mail



A yellow rectangular box containing the text "Votre adresse mail" in a bold, dark green font. Below the text is a white rectangular input field with a thin grey border.

- R= Choisir une seule option parmi celles proposées. La première information après les « = » est le titre de la question suivi d'autant d'options possibles séparées par un « ; »

Exemple pour un choix entre deux options:

R=Sexe;Femme;Homme



A yellow rectangular box containing the text "Sexe" in a bold, dark green font. Below it are two radio button options: "Femme" and "Homme", each preceded by an empty radio button.

- C= Choisir une ou plusieurs options parmi celles proposées. La première information après les « = » est le titre de la question suivi d'autant d'options possibles séparées par un « ; »

Exemple pour un choix de 5 cases à cocher:

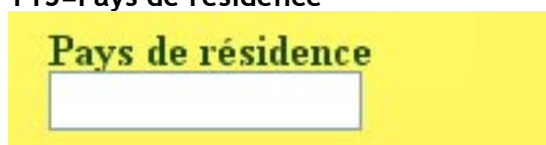
C= Vos loisirs sont ;Pratique de Sports;Spectacles culturels;Rencontre sportive;Sorties entre amis;Pratique des Arts



A yellow rectangular box containing the text "Vos loisirs sont" in a bold, dark green font. Below it are five checkbox options: "Pratique de Sports", "Spectacles culturels", "Rencontre sportive", "Sorties entre amis", and "Pratique des Arts", each preceded by an empty checkbox.

- Tnn= Texte libre de longueur maximum nn (indiquez 2 chiffres pour la longueur)  
Exemple pour un texte de 15 caractères au maximum:

T15=Pays de résidence



A yellow rectangular box containing the text "Pays de résidence" in a bold, dark green font. Below the text is a white rectangular input field with a thin grey border.

- Nnn= Nombre ou numéro libre de longueur maximum nn indiquez 2 chiffres pour la longueur)

Exemple pour un nombre de 5 chiffres maximum:

N05=Code postal

Code postal

- MD= Menu déroulant dans lequel il faut choisir une option. La première information après les « = » est le titre de la question suivi d'autant d'options possibles séparées par un « ; »

Exemple pour 8 options au choix:

MD=Tranche d'âge;-15 ans;de 15 à 20 ans;de 21 à 25 ans;de 26 à 30 ans;de 31 à 35 ans;de 36 à 45 ans;de 46 à 55 ans;+ de 55 ans

Tranche d'âge

- 15 ans
- de 15 à 20 ans
- de 21 à 25 ans
- de 26 à 30 ans
- de 31 à 35 ans
- de 36 à 45 ans
- de 46 à 55 ans
- + de 55 ans

- REn= Tableau à deux dimensions de radio boutons (n colonnes, maximum 9). La première information après les « = » est le titre de la question, la seconde contient les entêtes de chaque colonne séparées par des « / », ensuite les intitulés de chaque ligne séparés par des « ; »

Exemple pour 2 colonnes et 3 lignes:

RE2=Selon vous les loisirs;Vrai/Faux;sont à la portée de tout le monde;permettent de se détendre;sont bénéfiques à l'épanouissement

Selon vous les loisirs

Vrai Faux

sont à la portée de tout le monde

permettent de se détendre

sont bénéfiques à l'épanouissement



- TEn= Tableau à deux dimensions de texte et/ou nombres (n colonnes, maximum 9).  
La première information après les « = » est le titre de la question, la seconde contient les entêtes de chaque colonne séparées par des « / », ensuite les intitulés de chaque ligne séparés par des « ; »

Pour chaque colonne, 4 caractères obligatoires indiquent s'il s'agit de nombre ou de texte et e nombre de caractères (Tnn ou Nnn)

Exemple pour 2 colonnes (deux fois des nombres de deux chiffres) et 8 lignes :

**TE7=De quel sport s'agissait-il ?;N02Nombre de fois/N02Durée (en heures);Tennis ;Course à pied ; Vélo ;Foot-ball ;Basket-ball ;Hand-ball ;Boxe ;Autre**

| A propos du sport             |                      |               |
|-------------------------------|----------------------|---------------|
| De quel sport s'agissait-il ? |                      |               |
| Nombre de fois                | Durée (en heures)    |               |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Tennis        |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Course à pied |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Vélo          |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Foot-ball     |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Basket-ball   |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Hand-ball     |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Boxe          |
| <input type="text"/>          | <input type="text"/> | Autre         |

- Mxxy= Texte long de xx lignes chacune comprenant yy caractères  
Exemple:

**M0540=Commentaire**

| Commentaire          |
|----------------------|
| <input type="text"/> |

Préférez toujours, quand c'est possible, des réponses à partir de propositions que vous faites plutôt que des réponses au format libre Texte ou Nombre qui demandent une saisie de l'internaute, cela implique un plus grand travail de préparation, mais une plus grande qualité des informations recueillies.

### 2.3. Les options à disposition

- Rendre certaines réponses obligatoires. Le formulaire ne pourra pas être envoyé si ces informations ne sont pas fournies. Pour cela il suffit d'ajouter un « \* » juste après les « = » qui suivent le code paramètre.

Exemples :

**MAIL=\*Indiquez votre adresse mail**

**R=\*Sexe;Femme;Homme**

Attention de ne pas rendre obligatoire une réponse facultative !!

- Ne recevoir qu'une réponse sur la base d'une information obligatoire (par exemple, l'adresse mail, mais cela pourrait être un numéro d'adhérent ou autre information à caractère unique) :

à la place de « \* » pour rendre obligatoire la réponse, indiquez « # ». La réponse non seulement sera obligatoire, mais seulement la première réponse sera enregistrée par information saisie. Si le contrôle est fait sur l'adresse mail, une réponse comportant une adresse mail déjà fournie sera ignorée.

Exemples :

**MAIL=#Indiquez votre adresse mail**

ATTENTION, si vous indiquez plusieurs fois ce code, seule la dernière fois dans l'ordre des paramètres sera prise en compte.

- Limiter la collecte des réponses à certains mails. Seules les réponses de certaines personnes vous intéressent, faites un fichier contenant leurs adresses mails (un fichier construit avec un éditeur de texte contenant une adresse mail par ligne) et chargez-le en même temps que votre fichier paramètre comme cela vous est proposé sur la page de chargement des paramètres. Bien évidemment, il faudra indiquer dans les paramètres une adresse mail à saisir.

## 3. Les conseils des experts

Il existe sur Internet de nombreux conseils sur les enquêtes en ligne, en voici quelques-uns retenus pour leur pertinence.

### 3.1. Réaliser des études de marché en ligne

Gain de temps, analyse plus complète et plus rapide : la réalisation des études de marché en ligne a de nombreux avantages pour un chef de petite ou moyenne entreprise, pour une association ou tout autre personne morale ou physique ayant besoin de connaître l'avis ou le point de vue d'un ensemble de personnes.

Il est souvent utile de refaire la même enquête à intervalles réguliers pour mesurer l'évolution des réponses.

### 3.1.1. Avantages et inconvénients

- Les études de marché en ligne permettent de récolter des informations très rapidement
- En ligne, les frais d'envoi et de recueil des informations sont très faibles.
- Les enquêtes en ligne permettent de toucher un panel plus large géographiquement et disponible immédiatement.
- Si l'internaute est interrogé de façon anonyme, vous avez plus de chance d'obtenir une réponse franche et directe.
- Les études de marché en ligne réalisées de façon personnalisées coûtent cher. A vous d'évaluer le budget que vous souhaitez y consacrer, mais si vous avez peu à investir, élaborer soi-même son étude de marché peut être une meilleure solution, si tant est que vous vous y connaissez un peu en questionnaire, panel de consommateur, enquête, analyse de résultats...

### 3.2. Quel type d'enquête ?

Même si les enquêtes qualitatives en ligne ne sont pas totalement à exclure, l'exercice demeure pour l'instant difficile. De fait, la plupart des enquêtes réalisées en ligne sont des études quantitatives. Attention toutefois ! Celles-ci reposant exclusivement sur une population d'internautes, leurs conclusions sont difficilement généralisables à l'ensemble de la population française. De même, la technique des panels (base d'internautes qualifiée qui se sont inscrits volontairement pour participer à des enquêtes rémunérées ) peut introduire certains biais. Le principal est lié à la rémunération que perçoivent les internautes qui s'inscrivent, car de fait, ils ont tendance à vouloir répondre au plus d'enquêtes possibles, infléchissant quelque peu la représentativité de l'échantillon. Ce même problème de représentativité intervient lorsque l'enquête ne repose sur aucun échantillon préétabli. Dans ce cas, il conviendra de redresser l'échantillon afin de le rendre conforme à la structure socio-démographique de la population Internet. Enfin, certaines thématiques peuvent difficilement être abordées de manière frontale. C'est le cas des enquêtes concernant les enfants ou les revenus des personnes.

### 3.3. Attention à la rédaction du questionnaire !

Rédiger un questionnaire n'est pas une entreprise aussi facile qu'il y paraît. Deux écueils majeurs sont à éviter. Le premier concerne la formulation des questions, car de celle-ci dépend la qualité et la pertinence des réponses. Par exemple, la question fermée (réponse par oui ou non) "Pensez-vous que ce site est convivial et instructif" sera difficile à exploiter, car il y a deux questions dans une seule. Même chose pour la question fermée, "Pensez-vous que ce site soit instructif malgré l'absence d'une newsletter", car celle-ci est très trop réductrice. Elle limite le fait de trouver ou non un site instructif au fait qu'il y ait ou non une newsletter. En un mot, poser une question doit avoir un sens et il faut toujours penser à son exploitation.

Le deuxième problème lié à la rédaction d'un questionnaire est celui de la séquentialité. Il est important d'amener progressivement, par une série de questions, l'internaute dans la problématique et de ne pas ouvrir de but en blanc sur une question à laquelle il ne peut pas répondre immédiatement. Ces questions préliminaires vont aider l'internaute à se faire une idée sur un sujet, sur lequel il pourra ensuite statuer.

#### **3.4. Quelle est la longueur optimale d'un questionnaire ?**

De manière générale, un questionnaire en ligne doit être plus court qu'un questionnaire administré par téléphone ou en vis-à-vis. Car celui-ci étant auto-administré, l'internaute ne dispose d'aucune aide ou d'aucun accompagnement pour l'inciter à poursuivre ou résoudre un problème. Il faut donc aller à l'essentiel et être le plus limpide possible, quitte à refaire quelques mois plus tard une nouvelle enquête avec les questions qui n'ont pas pu être posées la première fois. Les questions doivent être simples et majoritairement fermées (réponse par oui ou non). Toutefois, deux questions ouvertes peuvent être intégrées. L'ergonomie du questionnaire compte aussi. Il est important qu'il n'y ait aucune confusion possible entre des questions à choix unique et celles qui autorisent plusieurs réponses. Enfin, il est judicieux d'accompagner l'enquête d'un texte d'introduction expliquant le thème et la finalité de celle-ci. Dans une perspective d'accompagnement de la relation avec les internautes, il est également possible d'intégrer une à deux questions non stratégiques pour la concurrence dont les résultats seront publiés sur votre site afin que les internautes ayant participé à l'enquête aient un retour sur celle-ci.

#### **3.5. Attention au droit !**

Le recueil d'informations nominatives par une société privée implique obligatoire une déclaration à la [CNIL](#). Cette démarche est relativement simple, puisqu'elle peut se faire directement en ligne, mais elle doit impérativement s'effectuer avant le début du recueil d'information. Au delà, si la société veut se constituer son propre panel, elle doit en avvertir les internautes et leur demander leur accord préalable, conformément à la législation sur l'[opt-in](#).