

Corrigé type de l'examen du module  
«Sondage d'opinions»

**Réponses liées à Question n°1 :** (8 points)

Les étapes de réalisation de ce sondage sont les suivantes:

- Définition du problème à résoudre et la finalité de l'étude ainsi que les objectifs de l'étude. Il s'agit ici d'un sondage qui a pour objectif de récolter les informations nécessaires pour bien préparer une campagne de communication pour le lancement d'un nouveau Yaourt haut de gamme dans le marché algérien. Le marché visé est constitué par un segment de consommatrices féminines de 18 à 40 ans. L'entreprise pense construire sa gamme autour des qualités nutritionnelles des produits tout en insistant sur l'aspect bénéfique pour la santé et la peau.
- Choix de la population (ou l'échantillon) à étudier, ce qui nécessite d'avoir préalablement défini une ou plusieurs cible(s). Ici c'est le segment de consommatrices féminines de 18 à 40 ans qui consomment du Yaourt et qui s'intéressent à leur santé en général et celle de leurs peaux en particulier.
- Détermination des techniques d'information à privilégier (études qualitatives et quantitatives)
- Elaboration des supports (questionnaire, guide d'entretien, plan d'animation, grille d'observation) et Animation / administration sur le terrain.
- Traitement et analyse des résultats
- Présentation des recommandations et décisions à prendre

**Réponses liées à Question n°2 :** (12 points)

- **Etude qualitative :** Les études qualitatives consistent à collecter et à analyser les éléments psychologiques permettant d'expliquer les faits, les motivations et les comportements des individus. Les techniques adaptées à notre sujet sont les suivantes :
  - On peut faire appel à toutes les méthodes d'entretien (l'entretien individuel, entretien non-directif ou libre, l'entretien semi-directif, l'entretien directif... ). Cependant dans notre cas, les réunions de groupe ou "tables rondes" ("focus group") sont plus adaptés parce que le sujet abordé (lancement d'un nouveau Yaourt haut de gamme dans le marché algérien qui contribue à l'amélioration de la santé des femmes entre 18 ans et 40 ans) est soumis à l'influence sociale et les membres du groupe pourront se stimuler les uns les autres grâce à l'échange d'idées et aux réactions qui s'ensuivent.
  - Les méthodes projectives et les techniques de créativité et de facilitation pourront aussi être utilisées car elles permettent d'aller plus loin dans l'inconscient de la personne, elles permettent aussi de dépasser certaines façades que les répondants dressent devant eux.
  - On peut faire appel aussi à la méthode d'observation qui consiste à suivre et à étudier méthodiquement les comportements dans une situation naturelle et permet d'éviter le biais que pourrait induire le consommateur lorsqu'il décrit son propre comportement.