



Interview

Les études qualitatives participatives en ligne

Ce nouveau mode d'étude marketing redéfinit la relation entreprise-clients dans une démarche de co-création. Frédéric Oble revient sur un projet d'étude proposé par Carrefour et mené par des étudiants de l'ESSEC en collaboration avec l'institut d'études Qualimera.

DANS CADRE UTILISER CE TYPE DE METHODE D'ETUDES ?

L'étude qualitative participative en ligne permet de générer des insights clients pertinents. Dans notre cas le thème donné est « Consommer mieux : les nouvelles exigences des consommateurs ». Cette étude a été réalisée pour nourrir le travail des étudiants sur un projet mené dans un cours de Design Thinking en partenariat avec le groupe Carrefour. A travers cette collaboration, l'objectif pour Carrefour était de designer des solutions lui permettant d'apporter des services innovants aux consommateurs. Pour cette étude, trente personnes effectuant la majorité de leurs achats en grande distribution ont été recrutées dans la France entière. Pendant deux semaines, elles ont été sollicitées pour poster quotidiennement des retours d'expérience sur un blog partici-

patif dédié à cette étude. Plusieurs thèmes d'études, correspondants au projet ont été abordés, depuis la consommation locale, la valorisation du savoir-faire artisanal, le gaspillage alimentaire à la maison, jusqu'à la description des lieux de distribution de demain. L'animation pour chacun de ces thèmes a été préparée en amont sous la forme d'un guide d'entretien détaillant les questions posées et le type de mission demandée (reportage, montage photos, ...), avec un guide d'animation précis pour chacun des jours de l'étude : une question / une mission par jour.

QUELS SONT LES INTERETS DE CETTE METHODOLOGIE D'ETUDES ?

Ce type de méthode permet, à la différence d'une réunion de groupe classique, d'être en interaction avec les consommateurs

sur une durée longue, et de limiter les effets de leader. Les individus ne voient pas les posts des autres participants tant qu'ils n'ont pas répondu ; une fois qu'ils ont répondu, ils peuvent interagir et échanger avec les autres individus sur le thème traité. On a donc un fonctionnement qui permet l'interrogation individuelle, et l'interaction en les participants (dimension collective). La dimension individuelle confère une forme de liberté aux répondants qui semblent davantage engagés à la vue de la fréquence de publication de posts (nombre moyen de posts de 12,5 par répondant sur les 15 jours d'études). La durée d'une étude de ce type, permet d'approfondir, en donnant le temps de la réflexion : les participants « travaillent » à la fois off-line (préparation du reportage, du texte, sélection, mise en forme des photos, ...) et on-line (posts et commentaires des posts des

autres participants). On peut travailler en s'appuyant sur un processus spontané, et sur un processus réfléchi. Le participant peut revenir en arrière, sur une question qui a été posée précédemment, sur une réponse faite par un autre participant. De plus de nombreuses missions sous forme de reportage par exemple sont proposées au panel tout au long de l'étude dont l'un des buts est de maintenir l'engagement du panel. L'étude s'appuie techniquement sur un outil web qui consiste en une plate-forme de discussion entièrement paramétrable et permet de recueillir une information riche sous plusieurs formes : texte, image, photo, montage d'images, vidéo. En somme, l'étude qualitative participative online permet une réelle proximité d'expérience « in vivo » ce qui enrichit la relation avec les consommateurs.



Illustration 1
Prenez une ou plusieurs photos de l'ensemble de votre réfrigérateur (et de votre congélateur). Postez les photos avec vos commentaires sur l'organisation et le rangement dans votre frigo, sur le type de produits, sur ce que cela vous inspire

Illustration 2
Nous allons nous intéresser à votre vision du savoir-faire artisanal dans le domaine de l'alimentation. Pour cela, nous allons vous demander de partager de manière illustrée votre conception de ce savoir-faire. Choisissez au moins 4 photos (personnelles ou issues d'internet) qui, selon vous, représentent le mieux le savoir-faire artisanal dans le domaine de l'alimentation. Vous accompagnerez chacune d'entre elles d'un commentaire expliquant votre choix !

