

## Fiche méthodologique

### ELABORER UN QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION



CONSULTER AU PREALABLE LES FICHES [« Questionnaire d'enquête »](#) ET [« Enquêtes de satisfaction »](#)



#### BIAIS DU QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Un questionnaire pour une enquête de satisfaction se distingue des questionnaires d'étude de marché ou d'autres études en ce qu'il vise à recueillir une opinion personnelle sur un produit ou service consommé. Il existe un risque que la personne interrogée ne révèle pas sa véritable opinion à cause de biais spécifiques au questionnaire de satisfaction :

- ◆ Le biais de « consistance cognitive » : les personnes valorisent le produit ou service pour justifier de leur investissement dans ce produit ou service
- ◆ Le biais de « Hawthorne » : le fait même de réaliser une enquête de satisfaction peut augmenter la satisfaction du client interrogé
- ◆ La gratitude ou l'indifférence, ayant une influence non-négligeable dans l'expression de la satisfaction

Pour toutes ces raisons, il n'est pas toujours évident pour un enquêteur de déterminer si l'individu interrogé exprime une opinion sincère. Les questionnaires d'enquête de satisfaction doivent donc être structurés et élaborés avec rigueur et précaution pour minimiser les risques de réponses biaisées.



COMMENT STRUCTURER UN QUESTIONNAIRE DE  
SATISFACTION ?

### 1. Introduction et Ciblage

Commencez par des questions peu personnelles afin de mettre en confiance la personne interrogée.

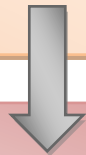


*Ex : Combien de produits avez-vous acheté chez nous ?  
Comment avez-vous eu connaissance de notre entreprise ?*

Ainsi que des questions pour vérifier que l'individu appartienne à l'échantillon d'enquête ciblé.



*Ex : Quel produit avez-vous acheté ? Etes-vous l'utilisateur du produit ?*



### 2. Satisfaction générale

Posez d'abord des questions de satisfaction globale à l'égard de l'entreprise et de ses produits/services car les individus sont plus sincères et plus critiques en début de questionnaire.



*Ex : Comment appréciez-vous nos produits et services ?  
Êtes-vous satisfait de l'information disponible sur nos produits et services ?*



### 3. Satisfaction spécifique I

Satisfaction par rapport à chaque thématique (5-6 maxi).

Sélectionnez les thématiques à aborder en retraçant le parcours du client de son intérêt pour le service/produit jusqu'à l'achat et l'utilisation de celui-ci. Quelle a été la démarche chronologique du client ?

Gardez en tête les objectifs de l'enquête de satisfaction pour ne retenir que les thématiques qui sont pertinentes.

Pour faciliter la compréhension de la personne interrogée, conservez l'ordre chronologique lors de la présentation des thématiques et des questions.



*Ex : Information, Service commercial, Qualité Produit, Service Après-vente*

### 3. Satisfaction spécifique II

Pour chaque thème, il faut sélectionner des critères à analyser. Listez les critères de satisfaction essentiels que vous souhaitez évaluer, la liste ne se veut pas exhaustive. Privilégiez les critères à partir desquels une action corrective peut être prise.



Ex :

Thématique	Critères
Qualité du produit	Efficacité cuisson Réduction fumée Solidité

*Thématique Qualité du produit :*  
Êtes-vous satisfait de l'esthétique du produit ?  
Comment estimez-vous la solidité du produit ? Êtes-vous content de l'éclairage fourni par le produit ?

### 4. Habitude, fidélité et concurrence

Terminez par des questions relatives à l'utilisation du produit qui permettent de mieux cerner le profil de l'utilisateur et les raisons de sa satisfaction.



*Ex : Combien d'heure par jour utilisez-vous notre produit ? Le produit est-il utilisé à des fins professionnelles ou personnelles ?*

Ainsi que des questions sur la fidélité, qui peuvent être très utiles pour des communications marketing de type : « 90% des utilisateurs nous recommandent ! »



*Ex : Recommanderiez-vous nos produits à d'autres personnes ?*

Si le temps le permet posez des questions sur la concurrence (2 max.)

### 5. Question finale et remerciements

Terminez sur une question ouverte permettant à l'individu interrogé de s'exprimer librement sur un sujet de son choix. Pensez à remercier !

## Quelques conseils

### FORMAT DES REPONSES

Afin de recueillir des **données quantitatives**, le choix de réponses doit être fermé. Il peut être dichotomique : « Oui », « Non », « Ne se prononce pas ». Il peut également être sous forme d'échelle d'attitude allant de « Très satisfait » à « Pas du tout satisfait ». Pour chaque degré de satisfaction, assurez-vous de proposer son opposé. Choisissez un nombre d'option paire.



*Ex : Pas du tout satisfait - Pas Satisfait – Satisfait - Très Satisfait*

Pour recueillir des **données qualitatives**, où le choix de réponse est ouvert, l'enquête est menée sous forme de discussion avec le client. Consulter « [Entretien Individuel](#) ».

### CONSEILS PRATIQUES

L'expérience montre que certains individus ont des **réponses fortement biaisées** et expriment très peu leur insatisfaction. Dans ce cas de figure, un **questionnaire qualitatif** sera préféré pour déceler les opinions sincères des clients.

Une différence de vocabulaire au sein des individus interrogés ou entre les enquêteurs et les enquêtés peut exister. Il faudra donc s'assurer que toutes les personnes interrogées comprennent les questions de la même façon. Dans le cas contraire, l'enquêteur devra faire preuve de **flexibilité** et adapter sa formulation en fonction de l'interlocuteur.

Le questionnaire ne doit pas excéder **30 minutes**. Plus il sera court plus l'attention de l'enquêté sera optimale et plus les réponses seront de qualité.