

Sommaire

Introduction	1
Chapitre 1	
Définition de l'étude de marché, de la question d'étude, et élaboration de la méthodologie de réalisation	3
L'étude de marché : définition	3
<i>Les différents types d'étude de marché</i>	5
<i>La méthode de définition de la question d'étude</i>	10
<i>L'élaboration de la méthodologie de réalisation (le protocole d'étude)</i>	12
Chapitre 2	
L'étude documentaire	17
Définition et but	17
<i>Le recueil de l'information</i>	17
<i>Recherche par Internet et exemple d'étude</i>	20
<i>Méthode de présentation des informations</i>	25
Chapitre 3	
Les études qualitatives	31
Définition et but	31
<i>Les différentes techniques les plus utilisées</i>	32
<i>Les entretiens individuels</i>	35
<i>Les entretiens de groupes</i>	45
<i>Les tests projectifs</i>	47

VIII Réaliser une étude de marché avec succès

Chapitre 4

Les études quantitatives	49
<i>Définition et objectif</i>	49
<i>Le choix de l'échantillon</i>	49
<i>Détermination de la taille de l'échantillon</i>	55

Chapitre 5

Le recueil des données	61
Les différents types d'enquête	61
<i>L'enquête dans la rue</i>	61
<i>L'enquête par téléphone</i>	62
<i>L'enquête par voie postale</i>	63
<i>L'enquête à domicile</i>	63
<i>L'enquête par Internet</i>	64
<i>L'enquête auto-administrée</i>	64
Le questionnaire	65
La construction du questionnaire	66
Les différents types de questions	69
<i>Les questions fermées</i>	69
<i>Les questions ouvertes</i>	71
<i>Les échelles de mesure</i>	76
La collecte des données	79

Chapitre 6

Le traitement des données	81
<i>L'analyse univariée</i>	81
<i>L'analyse bivariée</i>	82
L'analyse multivariée	85
<i>Les méthodes descriptives</i>	85
<i>Les méthodes explicatives</i>	88

Chapitre 7	
L'étude : de la proposition à la présentation	95
<i>La proposition</i>	95
<i>Exemple de proposition d'étude</i>	96
La structure du rapport d'étude	104
<i>Le contenu des différentes parties du rapport</i>	104
<i>Le plan du rapport d'étude</i>	106
Conclusion	
Ce qu'est une étude de marché réussie	107
Bibliographie	109