

### Mise en situation

Vous êtes vendeur dans la parfumerie "aux odeurs de Nice" dans le centre-ville. La gérante est très inquiète car le chiffre d'affaires baisse depuis deux ans. Elle désire adopter dans les meilleurs délais des mesures de redressement. Pour l'aider, elle fait réaliser dans la ville, sur un échantillon de 500 personnes interrogées au hasard dans la rue, une enquête. Vous avez à votre disposition en annexe 1 le travail réalisé par les enquêteurs.

**Travail 1:** Vous terminez de dépouiller l'enquête en calculant les pourcentages de réponses.

**Travail 2:** Vous présentez et commentez les résultats en insistant sur:

- . le profil type de la clientèle
- . les raisons de la baisse du chiffre d'affaire

### ANNEXE 1

<b>Ils achètent:</b> Pour eux mêmes: 325 r Pour offrir: 175 r	<b>Ceux qui ne sont pas clients ne le sont pas car :</b>  Les prix sont trop élevés: 35 r Ils n'aiment pas les produits: 5 r L'accueil est mauvais: 1 r Il n'y a pas de parking : 20 r
<b>Ils achètent :</b> Grandes surfaces: 400 r Parfumeries: 200 r Réunions : 150 r VPC: 275 r	<b>Sexe :</b> Homme : 175 réponses Femme : 325 réponses
<b>Ils connaissent "aux odeurs de nice"</b>  Oui: 150 r Non: 350 r	<b>Age:</b> moins de 20 ans : 75 r de 20 à 30 ans : 125 r de 30 à 40 ans : 200 r plus de 40 ans : 100 r
<b>Si oui, ils sont clients de "aux odeurs de nice"</b> Oui: 100 r Non: 50 r	<b>CSP:</b> Ouvriers : 150 r Employés: 200 r Cadres: 100 r Autres: 50 r

## FICHE DE CONNAISSANCES

### 1/ POURQUOI DEPOUILLER ?

- . Prendre connaissance et trier des réponses
- . Fournir les résultats

Par exemple, on a interrogé 29 personnes au SAV d'un point de vente avec 2 questions :

1. Etes vous globalement satisfait du SAV

- Pas du tout satisfait
- Plutôt pas satisfait
- Plutôt satisfait
- Tout à fait satisfait

2. Etes-vous :

- Un homme
- Une femme

### 2/ LES TRIS

#### 2.1. Le tri à plat

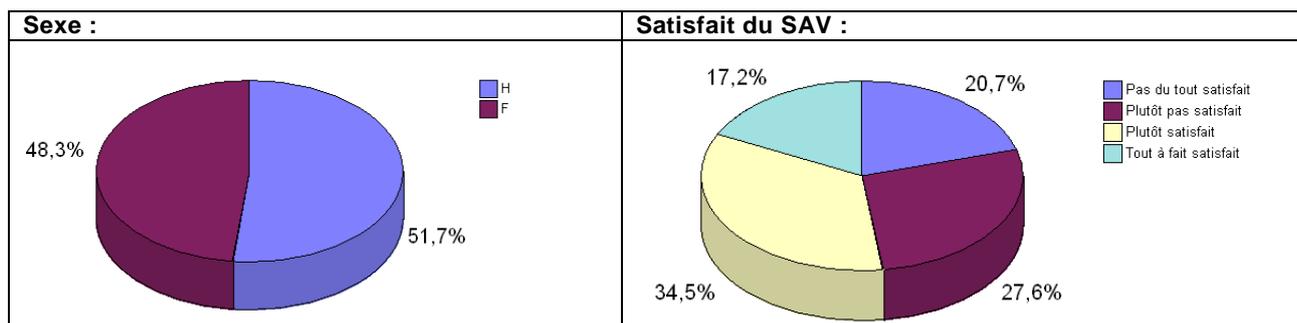
Ce tri permet de connaître les résultats pour chacune des questions.

#### ➤ Comment faire ?

Il faut concevoir un tableau qui permet de comptabiliser les réponses. Ensuite, il faut transformer les réponses en pourcentages

Question	Réponses possibles	Réponses obtenues	Sous-total	Total	%
1. Sexe	Hommes Femmes	 	14 15	29	$(12 \times 100) / 29 = 48,3\%$ $(15 \times 100) / 29 = 51,7\%$  Total sur 100%
2. Est-vous satisfait du SAV ?	Pas du tout satisfait Plutôt pas satisfait Plutôt satisfait Tout à fait satisfait	I               	6 8 10 5	29	20,7% 27,6% 34,5% 17,2%  Total sur 100%
Attention: dans le cas d'un QCM, le client peut cocher plusieurs réponses. Le total n'est donc pas sur 100%.					

#### ➤ Présenter avec un graphique



#### ➤ Commenter

Dans l'exemple le commentaire est simple :

- Il y a un peu plus d'hommes que de femmes
- Le niveau de satisfaction est très partagé : 51,7% sont globalement satisfaits mais 48,3% ne le sont pas.

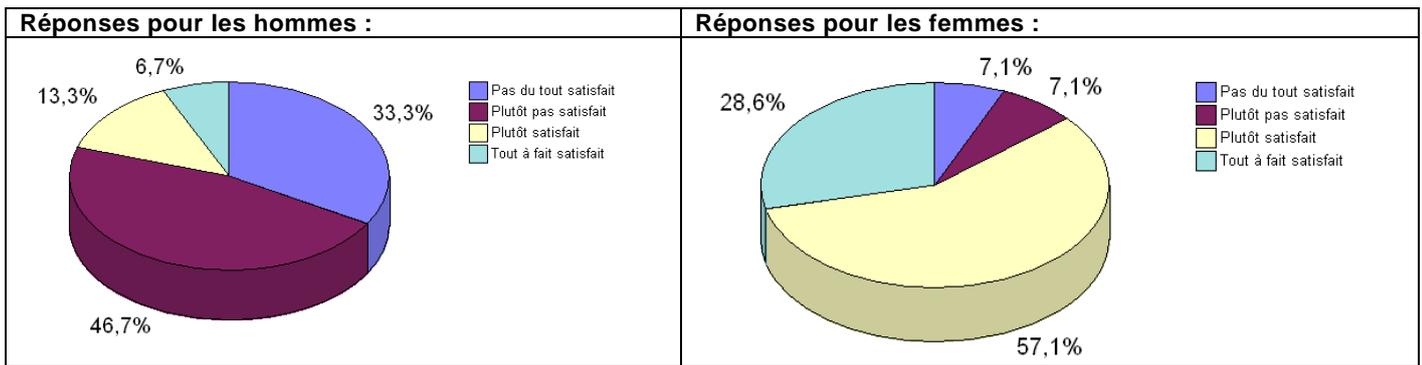
## 2.2. Le tri croisé

Il fournit une informations plus riche que le tri à plat. Il donne les résultats en fonction de deux questions. Par exemple, le fait d'être un homme ou une femme (sexe), change t-il le niveau de satisfaction ? Je croise la question 1 (sexe) avec la question 2 (satisfaction). Les tris croisés sont difficiles à faire à la main. Il vaut mieux avoir un logiciel spécialisé comme « Sphynx » ou « ethnos ».

Dans notre exemple, voici les résultats donnés par le logiciel :

QUALITÉ	Pas du tout satisfait	Plutôt pas satisfait	Plutôt satisfait	Tout à fait satisfait	TOTAL
SEXE					
H	5	7	2	1	15
F	1	1	8	4	14
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>29</b>

### ➤ Présenter avec un graphique



### ➤ Commenter

Cet exemple montre bien l'avantage du tri croisé par rapport au tri à plat. On voit clairement que le fait d'être un homme ou une femme change complètement le sentiment de satisfaction. En effet, 80% des hommes ne sont pas satisfait alors que 85,7% des femmes sont satisfaites. Il faut donc maintenant chercher les raisons de ces résultats.....

## 3/ COMMENT PRESENTER LES RESULTATS

- De façon visuelle sous forme de tableaux ou de graphiques. Il est possible d'utiliser des histogrammes (souvent plus lisibles) ou des camemberts.

Attention: quand le total est supérieur à 100% (QCM), il n'est pas possible d'utiliser les camemberts. Il faut utiliser les histogrammes

- Il est parfois utile d'additionner les pourcentages qui se rapprochent afin d'en tirer un commentaire. Exemple: 76% des clients (40 + 36) ont plus de 45 ans.