

# **Module 1 : Introduction aux enquêtes téléphoniques**

## **Vidéo 1 sur 5 : Vue d'ensemble du module et mode d'enquête téléphonique**

---

Florian Keusch



**THE WORLD BANK**

MANNHEIM  
BUSINESS SCHOOL

# À la fin du module, les participants devraient...

---

- ...connaître les avantages et inconvénients des enquêtes téléphoniques par rapport aux autres modes de collecte de données de l'enquête
- ...comprendre les implications des décisions de conception dans les enquêtes téléphoniques pour la qualité des données en lien avec les mesures et représentations
- ...s'être familiarisés avec différentes approches mixtes incluant une composante téléphonique
- ...Connaître les facteurs influençant les coûts des enquêtes téléphoniques

# Mode d'enquête téléphonique

---

Introduction aux enquêtes téléphoniques



THE WORLD BANK

MANNHEIM  
BUSINESS SCHOOL

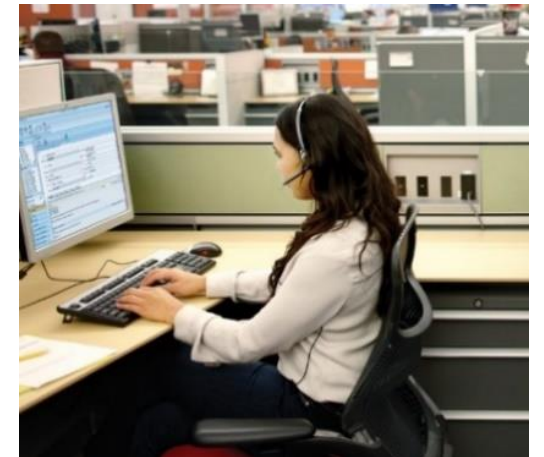
# Qu'est-ce qu'une enquête téléphonique ?

---

- Une **enquête** est une **méthode systématique** de collecte d'informations à partir (**d'un échantillon**) d'entités dans le but de **construire des descripteurs quantitatifs** des attributs d'une plus large population dont ces entités font partie.

Source : Groves et al. (2011)

- Une enquête téléphonique recourt au **mode téléphonique**  
Pour collecter des données : des enquêteurs contactent les membres de l'échantillon par téléphone pour leur poser des questions en vue de collecter des informations.



(Source: <http://www.perfectpitchtech.com/wp-content/uploads/2014/12/Contact-center-two-agents.jpg>)

# Qu'entend-on par mode ?

- Combinaison d'un moyen de collecte et d'un agent enquêteur utilisés pour la collecte de données
  - Moyen = voix, texte à l'écran, texte sur papier, vidéo, etc.
  - Agent = enquêteur, la personne (répondant) elle-même

Administré par	Moyen de collecte	
	<i>Papier</i>	<i>Ordinateur</i>
<i>Répondant (lui-même)</i>	Questionnaire par courrier, questionnaire d'auto-évaluation	(mobile) Web, TDE/SDTC, SMS, <b>IVR*/RVI*</b> , CASI*/AIAO*, ACASI*/AIAAO
<i>Enquêteur</i>	<b>Téléphone</b> Face à face/visite en personne	<b>CATI/ATAA</b>  CAPI/APAA

\*L'enquêteur administre des questions non sensibles

# RVI - Une forme particulière d'enquête téléphonique

---

- RVI = **R**éponse **V**ocale **I**nteractive

## Méthodes sortantes ou Recrutement et basculement

- L'enquêteur est à l'initiative de l'appel
- Fait preuve de persuasion, procède à une sélection intra-ménage, collecte des informations simples
- Réoriente le répondant vers un système RVI

## Méthodes entrantes

- Le répondant est à l'initiative de l'appel
- Pas de participation de l'enquêteur

# Dimensions des modes de collecte de données

## Rôle de l'enquêteur

- Administré par l'enquêteur
- Enquêteur présent, auto-administré
- Auto-administré

## Contact avec le répondant

- Direct
- Indirect
- Aucun

## Canaux de communication

- Audio uniquement
- Audio + visuel
- Visuel uniquement

## Niveau de confidentialité

- Bas
- Moyen
- Élevé

## Utilisation de la technologie

- Aucune technologie
- L'enquêteur utilise la technologie
- Le répondant utilise la technologie fournie par l'organisme de sondage
- Le répondant utilise sa propre technologie

# Comparaison téléphone / autres modes d'enquête

---

## Avantages

- Coût inférieur à celui des entretiens en personne
  - Mais plus élevé que celui des enquêtes par courrier ou sur le Web
- Plus haut niveau d'anonymat perçu et effet de désirabilité sociale moindre
- Meilleur contrôle sur les enquêteurs
- Établissement facile de contacts multiples
- Périodes sur le terrain plus courtes

## Inconvénients

- Couverture potentiellement inférieure à celle des entretiens en personne
- Taux de réponse généralement inférieur à celui des entretiens en personne
  - Les deux peuvent générer des biais et des échantillons « moins représentatifs »
- Impossible d'employer des stimuli visuels (échelles, par ex.)
- Questions moins complexes
- Les entretiens doivent être plus brefs



# Conceptions multimodes

---

- Emploi progressif de combinaisons de modes différents
  - par ex. passer d'entretiens en personne à un mélange d'entretiens téléphoniques et en personne
- But : optimiser le compromis entre différentes sources d'erreur et le coût
- Il est possible d'employer différents modes à différents stades de la collecte de données, y compris la communication avec les répondants potentiels
- Scénarios les plus pertinents :
  - Les répondants de différents sous-groupes reçoivent le même questionnaire, mais via des modes différents (conception multimode simultanée)
  - Tout le monde reçoit le même questionnaire via les mêmes modes, mais le mode varie par vague ou au cours de l'entretien

# Différents modes pour différents sous-groupes

---

- Collecte multimode simultanée
  - Les chercheurs choisissent généralement qui reçoit quel mode ; parfois les répondants peuvent choisir
  - But : réduire les erreurs de couverture et de non-réponse
- Exemples
  - Entretiens en personne pour les personnes vivant dans des régions à faible couverture téléphonique, entretiens par téléphone pour tous les autres
- Conséquences
  - Il faut adapter les questionnaires d'une administration visuelle à auditive
  - Confusion entre les effets du mode sur la mesure et les sous-groupes

# Différents modes à différents moments dans le temps

---

- Emploi d'un mode donné pour le début d'une enquête en panel et d'un autre mode pour les vagues suivantes
- Conséquence
  - Réduction des coûts
  - Confusion entre les effets du temps et ceux du mode sur la mesure
- Différents modes pour différentes parties du questionnaire
  - Exemple : RVI - Recrutement et basculement - pour les informations sensibles
- Conséquence
  - Amélioration de la qualité des données pour renforcer la confidentialité de la mesure

# Mode d'enquête et erreurs inhérentes à l'enquête

---

- Aucun mode n'est parfait pour toutes les situations
- Le choix d'une méthode de collecte de données implique des compromis sur différents aspects de l'enquête
- Le mode comme ensemble de caractéristiques:
  - Base d'échantillonnage, méthodes d'échantillonnage
  - Méthode d'administration et mode de réponse
  - Formation et supervision des enquêteurs
  - Méthodes de contact et de recrutement
- Le mode affecte l'ensemble des sources d'erreur et les coûts

→ Module 2

→ Modules 3 et 5

→ Module 4

→ Module 5

*FIN DE LA VIDÉO 1*