

# Top 5 des bonnes pratiques pour optimiser le taux de réponse de vos enquêtes en ligne

Optimiser son taux de réponse, ça veut dire quoi ? Qu'est-ce qu'un bon taux de réponse ?

Optimiser, ça veut dire en quantité et en qualité. Le taux dépend : de la cible, du sujet, du contexte, du canal...

On pourrait par exemple considérer qu'un taux pour une enquête baromètre social est bon lorsqu'il dépasse 75%, lorsqu'il dépasse 30% pour une enquête de satisfaction interne, 10% pour une enquête de satisfaction externe,... mais cela dépendra encore du contexte, du canal...

Un bon taux est un taux qui permet d'avoir suffisamment de réponses pour avoir des résultats fiables d'un point de vue statistique. Votre objectif est donc d'avoir un nombre suffisant de réponses mais des réponses de qualités. Voici 5 bonnes pratiques pour y parvenir.

## #1 Optimisez votre cible

Ciblez au mieux les répondants : taux de réponse meilleur, qualité de réponse meilleure, vous n'importez pas des personnes non concernées par l'enquête et vous obtenez davantage de réponses complètes.

## #2 Donnez envie de participer à l'enquête

La communication autour de l'enquête est très importante. Un très bon moyen consiste à prévenir le répondant potentiel directement après un contact [...]

Annoncez-là aussi avec des affiches, des courriels, des notes internes. Les futurs destinataires doivent être au courant. Avoir des relais sur le terrain est également un excellent moyen (par ex, les managers pour les enquêtes internes).

L'objet du courriel doit être attractif et motivant. Court, clair et informatif. Évitez les termes qui font « spam » du style « attention », « promo ».

Dans l'email, n'oubliez pas de préciser :

- ▶ l'objectif de l'enquête, à quoi vont servir les réponses
- ▶ qui est le commanditaire de l'enquête
- ▶ pourquoi ai-je été choisi pour participer à l'enquête
- ▶ le temps nécessaire pour répondre
- ▶ qui contacter en cas de problème
- ▶ où seront disponibles les résultats
- ▶ anonymat/pas d'anonymat, confidentialité des réponses
- ▶ date de clôture de l'enquête

Enfin, personnalisez votre message grâce aux balises.

## #3 Un questionnaire adapté et adaptable

Une fois que vous avez réussi à capter l'intérêt de votre cible, le but est de ne plus le perdre ! Veillez à ce que vos questions soient claires et immédiatement compréhensibles. Vous devez réussir à faire le tour complet de votre sujet, avec un questionnaire qui soit relativement court, bien organisé (aidez-

vous des parties par exemple, qui s'enchaînent bien). Posez les bonnes questions aux bonnes personnes, grâce par exemple à des conditions d'affichage.

Soignez également le design de votre questionnaire. Agrémentez-le avec des images, des smileys, des vidéos etc mais uniquement si cela sert votre questionnaire. Les icônes fluos qui clignotent, vous pouvez vous en passer. Dernier point crucial, veillez à ce que votre questionnaire soit *responsive design*. Beaucoup de vos destinataires répondront à votre enquête via un smartphone ou une tablette. Ils ne doivent pas avoir à scroller à gauche ou à droite ou à zoomer et dézoomer sans arrêt.

#### **#4 Sollicitez au bon moment**

Choisir le bon moment pour envoyer votre questionnaire est un point délicat. Mais d'une façon générale, plus l'envoi de l'enquête est proche de l'interaction, mieux c'est.

Pour des enquêtes internes, évitez le lundi, jour de défilage des emails, ou le vendredi, veille de départ en week-end. Idem, le mercredi est traditionnellement un jour où les parents s'occupent des enfants, donc sont potentiellement absents. Il reste donc le mardi et le jeudi, mais si tout le monde envoie ses questionnaires à ce moment, est-il opportun de le faire aussi ? Le bon moment, vous le trouverez en fait à force de tests.

Choisissez bien aussi si votre enquête est à chaud ou à froid, selon le sujet. La fréquence est importante, tout comme les relances. Il faut rappeler à vos cibles qu'elles doivent répondre, mais sans les harceler non plus. D'où l'importance de dispositifs visant à empêcher la sur-sollicitation.

#### **#5 Motivez en récompensant**

On a beau dire, un questionnaire avec une carotte est souvent un bon moyen d'obtenir plus de réponses. Mais attention, une récompense peut constituer un biais quant à la fiabilité et à la sincérité des réponses, du fait d'une implication faible. [...]

L'enquête en ligne est un formidable outil d'écoute et de remontées d'informations. Il ne faut simplement pas oublier qu'elle doit être maniée avec précaution. En suivant ces quelques recommandations méthodologiques, vous optimiserez le taux de réponse de vos enquêtes. Et si vous ne pouvez pas mener vous-même votre enquête, n'oubliez pas que le Pôle de compétences de Nancy-Metz est à votre disposition.