Cours Méthodes de sondage

La gestion des opérations de collecte des données - questionnaires auto-administrés

© Claire Durand, 2024
Département de sociologie, Université de Montréal

1

Première étape: Le certificat éthique!

- Il doit automatiquement être demandé pour toute enquête ou entrevue avec des êtres humains.
- La plate-forme Nagano!
- https://crr.umontreal.ca/plateforme-nagano/plateforme-nagano/

2

La gestion des opérations, pourquoi?

- La gestion des opérations est souvent le seul élément sur lequel le chercheur peut avoir un contrôle.
- Elle vise à s'assurer de la qualité des données, entre autres, en s'assurant que tous les membres de l'échantillon
  - Soient rejoints et invités à collaborer à l'enquête
  - Et acceptent de collaborer à l'enquête.
- Et comme les gens ont de multiples activités, il faut s'assurer que la collaboration à notre enquête... se retrouve "sur le dessus de la pile".

3

La gestion des opérations

Questionnaires auto-administrés

- Les modes de passation sont variés:
  - Par internet
  - Par sms
  - Par appel téléphonique automatisé
  - Par la poste "ordinaire"
  - Par la poste interne en entreprise
  - Distribués dans un groupe et passation sur place
  - Distribués au domicile ou ailleurs et le répondant renvoie le questionnaire par la suite.
- Les informations disponibles peuvent varier:
  - Adresse postale, adresse courriel, numéros de téléphone (pour le sms et téléphonique automatisé), entre autres

4

Les principes de base

- **Soigner la présentation** (internet et papier) pour que le questionnaire soit agréable à remplir.
- S'assurer d'avoir un **contrôle total sur le nombre de questionnaires distribués et à qui ils ont été distribués.**
- S'assurer de pouvoir **suivre la complétion des questionnaires** et, de préférence, savoir qui a complété ou pas le questionnaire.
- Ne pas hésiter à faire des rappels (sans être trop harcelant) et à envoyer un deuxième questionnaire au besoin (pour les questionnaires imprimés).

5

Soigner la présentation

- Déjà abordé dans les cours précédents, il s'agit de la clé du succès.
- Ne pas oublier, pour les questionnaires imprimés:
  - Utiliser le format cahier, jamais le format broché, parce que les pages peuvent se perdre et que c'est moins agréable à remplir.
  - Une page couverture de couleur attire l'attention et permet de retrouver plus facilement le questionnaire sur un bureau.
  - Toujours prévoir une enveloppe retour pré-adressée qui peut être cachetée pour respecter la confidentialité.

6

S'assurer de savoir à qui le questionnaire a été distribué

- Dans la stratégie, on ne doit pas, par exemple, penser que l'on pourra envoyer un certain nombre de questionnaires dans une école ou dans une entreprise avec des directives et que le directeur ou la secrétaire fera tout comme il faut...
- Il faut toujours savoir
  - Qui a reçu le ou les questionnaires.
  - Combien ont été distribués et à qui (récupérer les questionnaires non distribués).
  - Pouvoir communiquer de nouveau avec les personnes qui ont reçu le questionnaire.

7

Suivre l'évolution des opérations

- Planifier des rappels:
  - Jusqu'à 4 à 6 rappels.
    - Selon le taux de réponse attendu et obtenu
    - Selon la composition de l'échantillon obtenu (que l'on peut avoir dans les sondages internet), ce qui permet de cibler les rappels à des groupes particuliers, si nécessaire.
    - Pour les questionnaires papier, minimum un rappel après 10 jours et un autre 8 jours plus tard, puis envoi d'un deuxième questionnaire.
    - Pour les questionnaires internet, premier rappel après 4-5 jours, ensuite 1 par semaine minimum.
  - Penser à des rappels visibles (cartes roses ou bleues...), messages courriel avec éléments graphiques, etc.
  - ***Rappels dont le message varie, qui insistent sur des éléments différents à chaque fois (Dillman, 2000)***
  - Questionnaire imprimé: Penser à envoyer une deuxième et même une troisième copie du questionnaire si nécessaire.

8

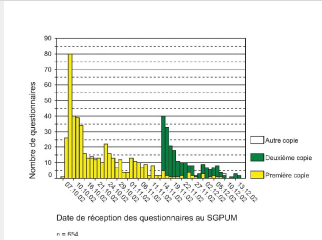
Suivre l'évolution de la collecte

Les opérations - poste interne de l'organisation: exemple Sondage SGPUM 2002

- *4 octobre 2002: Envoi de la première copie du questionnaire (couleur: jaune) à tous les professeurs par courrier interne. Ils reçoivent aussi par courriel une lettre de présentation du sondage.*
  - *Envoi d'une lettre de présentation aux délégués syndicaux par courriel.*
- *21 octobre 2002: Premier rappel: Envoi d'un courriel à tous les professeurs leur rappelant la tenue du sondage et remerciant ceux qui ont déjà retourné le questionnaire.*
- *30 octobre 2002: Deuxième rappel: Envoi d'une carte jaune de 5½ x 8 par courrier interne à tous.*
- *8 novembre 2002: Envoi d'une deuxième copie du questionnaire (couleur: vert) par courrier interne à ceux qui ne l'avaient pas encore retourné. Cette copie est accompagnée d'une lettre pour les nouveaux professeurs leur spécifiant comment remplir le questionnaire.*
- *11 novembre 2002: Envoi d'une lettre par courriel à tous les professeurs mentionnant qu'une deuxième copie du questionnaire a été envoyée. Remerciements à ceux ayant déjà rempli le questionnaire.*
- *2 décembre 2002: Troisième rappel: Envoi d'un courriel pour remercier tous ceux ayant participé au sondage et pour rappeler qu'il est toujours temps de remplir le sondage.*

9

Suivre l'évolution - poste interne de l'organisation



10

Questionnaire Web: collecte

Par exemple, avec Lime Survey

- L'envoi se fait par groupes de 50 par minute. Ça empêche l'engorgement du site.
- Note: on peut faire
  - Une passation totalement anonyme -- un lien pour tous les répondants.
    - Désavantage: impossible de faire des rappels ciblés aux non-répondants & il faut mettre en place un système pour empêcher que les répondants répondent deux fois.
  - ou une passation avec un lien spécifique à chaque répondant.
    - Ça permet de cibler les non-répondants mais les répondants pourront douter de leur anonymat.

11

Questionnaire Web: collecte

Par exemple, avec Lime Survey

- On peut faire l'envoi des liens en trois temps:
  - Premier envoi: 70%, de l'échantillon
  - Deuxième envoi: 20% de l'échantillon
  - Troisième envoi: 10 % de l'échantillon
- Ceci permet de voir si notre estimation du tx de réponse est appropriée en se basant sur le 1er envoi. On pourrait décider de ne pas utiliser les 2ème et 3 ème échantillon.
- On peut -- et c'est fortement suggéré -- faire les rappels seulement auprès de ceux-celles qui n'ont pas répondu (si lien spécifique à chaque répondant).

12

Suivre l'évolution - passation web (1)

- **19 octobre 2006** :-
  - Envoi d'un courriel aux délégués syndicaux annonçant la tenue de l'enquête 2006.
  - Envoi d'un courriel aux professeurs leur annonçant la tenue de l'enquête 2006.
- **31 octobre 2006:** Envoi du lien au questionnaire par courriel accompagné d'une courte présentation.
- **6 novembre 2006:** Envoi d'un courriel aux délégués syndicaux pour les aider à inciter les professeurs à répondre.
- **9 novembre 2006:** Envoi d'un premier rappel par courriel à tous les professeurs qui n'ont pas encore complété le questionnaire.
- **17 novembre 2006**: Envoi d'un deuxième rappel par courriel à tous les professeurs qui n'ont pas encore complété le questionnaire.
- **23 novembre 2006:** Envoi d'un troisième rappel par courriel à tous les professeurs qui n'ont pas encore complété le questionnaire.
- **29 novembre 2006:** Envoi d'une lettre de rappel par courriel aux délégués syndicaux leur rappelant d'inciter les professeurs à répondre au questionnaire.

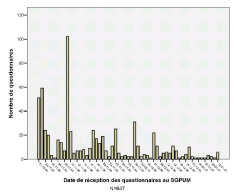
13

Suivre l'évolution - passation web (2)

- **30 novembre 2006:** Envoi d'un quatrième rappel par courriel:
  - aux professeurs ayant commencé le questionnaire mais ne l'ayant pas complété.
  - aux professeurs n'ayant pas encore ouvert le lien au questionnaire.
- **7 décembre 2006:** Envoi d'un cinquième rappel par courriel:
  - aux professeurs ayant commencé le questionnaire mais ne l'ayant pas complété.
  - aux professeurs n'ayant pas encore ouvert le lien au questionnaire.
- **14 décembre 2006:** Envoi d'un sixième rappel par courriel à tous les professeurs n'ayant pas encore complété le questionnaire.
- **20 décembre 2006:** Envoi d'un septième rappel par courriel à tous les professeurs n'ayant pas encore complété le questionnaire.
- **8 janvier 2007:** Dernier rappel à tous les professeurs n'ayant pas complété le questionnaire.

14

Suivre l'évolution - questionnaire sur site web



15

Suivi de l'évolution

- Noter que
  - On peut utiliser de multiples manières de rejoindre les répondants potentiels lorsqu'on y a accès, dont le téléphone, les personnes en contact avec les répondants (superviseurs, directeurs, délégués syndicaux, selon les cas).
  - On devrait être en mesure de retracer qui a répondu SANS briser la confidentialité. Pour cela,
    - Attribuer un code à chaque membre de l'échantillon et garder séparée la liste de correspondance des codes et des répondants.
    - Après un certain nombre de rappels, "les gens sont immunisés". Il faut varier les messages, rassurer ceux qui ont commencé à répondre mais qui n'ont pas terminé, envoyer un deuxième questionnaire (si questionnaire papier), etc.

16

Questionnaires distribués à des groupes

- Les mêmes principes s'appliquent:
  - Contacter les personnes responsables au niveau de l'organisation (Université, cegep, écoles, etc).
  - Prendre les informations nécessaires pour décider quel groupe sera sélectionné au hasard.
  - Informer l'organisation et si possible avoir accès directement à la personne responsable du groupe.
    - On rédige minimalement des informations et consignes pour cette personne.
  - S'organiser pour récupérer les questionnaires. Prévoir des enveloppes pour préserver l'anonymat des réponses.
  - La passation pourrait aussi se faire via un site internet, avec un seul lien, dans l'anonymat total.

17

En conclusion

- Plus ce que l'on risque de découvrir peut être "difficile à dire", peu acceptable socialement, sensible,...
- Plus la gestion des opérations devra être sans reproche puisque...
- C'est le premier point qui sera attaqué par les personnes qui désirent mettre en doute les résultats de votre étude.

18