

Pratique des enquêtes quantitatives et qualitatives

Identifier les besoins d'informations, y répondre par les techniques appropriées.

Les sites « Loisirs, Culture, Tourisme » voient grimper les budgets pour mener les actions de développement et de communication. Les arbitrages conduisent à de multiples réflexions : la pertinence de l'offre, tant sur son contenu que sur sa forme, la connaissance des clientèles, leurs motivations, jusqu'où aller en communication, en promotion, en commercialisation... La pratique d'enquêtes simples et adaptées permet de trouver des réponses pour connaître :

- Les clientèles : qu'elles sont-elles, d'où viennent-elles, pourquoi sont-elles venues...
- La capacité de l'offre à générer suffisamment d'attractivité...
- La mesure des actions de communication, de promotion, de commercialisation...

Publics

Les professionnels intéressés par le marketing touristique et les techniques d'aide à la décision pour mener les actions appropriées de développement et de promotion :

- Professionnels du tourisme : développement, commercialisation, accueil...
- Chargés de mission en diffusion de la culture scientifique, technique et industrielle.
- Responsables de communication/ Chargés de l'accueil de visiteurs en entreprises.

Objectifs

- Identifier les informations utiles d'aide à la décision en matière de développement.
- Choisir et mettre en œuvre les techniques d'enquêtes appropriées aux besoins.
- Exploiter les enquêtes et mesurer leur efficacité.

Contenu

1. **Approche des principes théoriques.** Mise à niveau des participants sur le vocabulaire et les principes de base : probabilité, statistique, théorie de l'échantillonnage, niveau de confiance, quantitatif, qualitatif...
2. **Élaboration de questionnaires.** Présentation d'un rapport d'audit (d'après un cas réel) avec interview simulée du gestionnaire du site présentant sa stratégie de développement. Échanges : les informations stratégiquement nécessaires, comment les recueillir, élaboration de questionnaire ; moyens permettant de mesurer l'efficacité des actions.
3. **Traitement informatisé des enquêtes.** Création d'un tableau avec Excel intégrant les rubriques mentionnées sur les questionnaires, formulation d'un tableau modèle, saisie de questionnaires fictifs, observation, tri et exploitation des informations.

Durée

Deux journées consécutives.

Méthodologie

Alternance d'apports théoriques, méthodologies et d'analyses « terrain ».

Nombre de participants

Entre 4 et 12 pour favoriser les échanges constructifs entre les participants et l'intervenant.

Coût et dates des sessions

Nous contacter pour préciser les conditions d'intervention.