



**FORMATION 2018**

--

**PARIS**

# **DEVENEZ EXPERT DANS LE PILOTAGE DE VOS ÉTUDES**

de la formulation de l'idée à la diffusion des résultats

**FORMATION 1 JOUR**

**Opinion & Stratégies d'Entreprises**



**Formaliser un  
brief étude**



**Raconter  
une histoire  
à partir de vos  
résultats**



**Communiquer  
en interne les  
enseignements  
d'une étude**



**Assurer une bonne  
reprise media**

# DEVENEZ EXPERT DANS LE PILOTAGE DE VOS ÉTUDES----

**1 jour : 850€ HT\***  
(déjeuner inclus)

*\* dès 4 inscrits, éligible au plan de formation*

## POUR QUI ?

Responsable d'études  
Professionnel de la communication  
Responsable Marketing  
Responsable Ressources Humaines  
Journaliste  
Leader d'opinion

...

**6 à 8 personnes par session**

## POUR QUOI ?

- > Maîtriser les étapes d'une étude
- > S'approprier l'analyse des résultats, les communiquer en interne ou les valoriser dans les médias
- > Connaître les différents types d'études les plus prisées et savoir dans quels contextes les mobiliser

## PAR QUI ?

Les experts du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise (DOSE) de l'IFOP

## SUIVI ET SUPPORTS

Une attestation de suivi ainsi que les supports sur lesquels le formateur s'est appuyé vous seront remis à l'issue de la journée de formation

**Frédéric DABI**  
Directeur Général Adjoint



« Depuis de longues années, l'Ifop accompagne ses clients au plus près dans la compréhension des enjeux d'opinion. Aujourd'hui, nous souhaitons partager notre expérience en proposant, via ces formations, de vous donner les moyens d'une prise en main opérationnelle et efficace de vos enquêtes. »



**JEROME FOURQUET**  
Directeur du Dep. Opinion  
& Stratégies d'Entreprise

« Au fil de nos différentes collaborations, nous avons souvent remarqué le souhait de nos clients de gagner en autonomie, qu'il s'agisse de la formalisation de leurs besoins études ou bien de l'appropriation des résultats dans un objectif de communication interne ou externe. Il nous est donc apparu à la fois utile et légitime d'inscrire ce type de formation parmi nos activités. »



## **INTRODUCTION** en présence de **Frédéric Dabi ou Jérôme Fourquet**

- > État des lieux des enquêtes d'opinion
- > Retour sur le « sondage bashing » lors de la campagne présidentielle 2017

## **MODULE 1 – 9h30/12h30**

### **LES GRANDES ÉTAPES AVANT L'ENQUÊTE : FORMALISER UN BRIEF, ELABORER UN QUESTIONNAIRE**

#### **L'arbitrage entre les méthodes qualitatives et quantitatives : les bonnes questions à se poser**

- > Quand la question de l'arbitrage quali/quantitatif se pose-t-elle ?
- > Les synergies quali/quantitatif

#### **Le calibrage de la taille de l'échantillon selon la cible à interroger**

- > Affiner précisément et opérationnellement la cible à interroger
- > Déterminer l'échantillon garantissant une bonne représentativité
- > La contrainte éventuelle de la communication de l'enquête sur la taille de l'échantillon en vue

#### **Le mode de recueil le plus adapté à la population interrogée**

- > Téléphone ou en ligne : avantages et limites respectifs

#### **Les grands principes de la rédaction d'un questionnaire**

- > Les enjeux de cette étape pour la suite de l'enquête : garantir en amont une exploitation maximale des questions posées
- > *Sur le fond* : les questions essentielles, les questions accessoires selon les objectifs de l'enquête
- > *Sur la forme* : compréhension optimale pour le plus grand nombre, fluidité de la passation, neutralité des formulations

## **MODULE 2 – 14h30/16h00**

### **L'ANALYSE ET L'INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS**

#### **Lire les résultats**

- > Intérêts et principes du redressement
- > Les seuils pour lire un résultat en fonction de la population interrogée
- > Le bon usage de la marge d'erreur

#### **Interpréter les résultats**

- > L'importance à accorder aux résultats d'ensemble vs résultats par sous-population
- > «Faire parler les résultats» : les mettre en perspective les uns par rapport aux autres, les points saillants à mettre en avant : distinguer l'essentiel de l'accessoire
- > Apprendre à se dégager des données pour construire un argumentaire
- > Élaborer des recommandations opérationnelles



## **MODULE 3 – 16h15/17h45**

### **ÉTUDES DE CAS**

#### **Les sondages événementiels**

#### **Les conférences de citoyens**

#### **Les études internes en entreprise**

#### **Les enquêtes qualitatives innovantes**



**Échanges autour des cas pratiques  
des participants et partage de deux  
exemples de réussite**



**FORMATIONS  
2018**

Vendredi

**15 JUIN  
28 SEPTEMBRE  
16 NOVEMBRE**



**dans les locaux de l'IFOP**

78 rue Championnet  
75018 PARIS

**INSCRIPTIONS ET/OU QUESTIONS**



**Fabienne GOMANT**



**Romain BENDAVID**



**Marion CHASLES-PAROT**



[formationdose@ifop.com](mailto:formationdose@ifop.com)



**+ (33) 1 45 84 14 44**



**ifop.com**

*ifop*