

# Enquêtes en ligne : pour qui, pourquoi, comment ? (1)

Quelles que soient les industries concernées, les économies régionales, les facteurs géopolitiques, les entreprises du monde entier seront toujours à la recherche de données dignes d'intérêt concernant leurs marchés. Pour que ces données soient pertinentes, la plupart du temps des panels sont créés afin de fournir des données ciblées et spécifiques concernant les sous-segments clé sur une population donnée.

Certaines organisations développent des panels en envoyant des agents sur le terrain afin de mener des enquêtes ciblées, d'autres effectuent ces enquêtes par envoi de courrier traditionnel, tandis que d'autres encore prospectent leurs populations cible par téléphone. Ces méthodes exploitant des panels sont utilisées depuis des décennies, mais les bouleversements sociaux ont progressivement inhibé l'efficacité des enquêtes par courrier et par téléphone, alors que d'autres méthodes utilisées en parallèle de la recherche panel, comme par exemple les interviews dans les galeries marchandes, se sont avérées d'un coût prohibitif. Tandis que ces vieilles méthodes d'enquête par panel s'avéraient de moins en moins efficaces et de plus en plus coûteuses, des outils de recherche en ligne ont été mis au point afin de permettre des études de marché rapides, précises et fortement ciblées. Bien que les panels d'études de marché en ligne permettent de réaliser de substantielles économies tant au niveau temps qu'investissement, certaines questions demeurent concernant leur validité et leur efficacité. Ces questions portent sur la représentativité des échantillons, les problèmes de doublons, et la motivation des panélistes, ainsi que sur les moyens de garantir que les membres du panel sont bien ce qu'ils prétendent être, problème que les fournisseurs de panel en ligne doivent régler de façon adéquate afin d'établir sur le long terme leur crédibilité face aux entreprises qu'ils ont pour clients. **Qu'est-ce qu'un panel ?** Les panels d'études de marché ont débuté lorsque les entreprises ont commencé à effectuer des enquêtes par courrier. Toutefois, pour qu'un panel puisse constituer un outil d'étude de marché efficace, il ne doit pas se résumer à une simple liste de personnes contactées au hasard par téléphone, courrier ou par e-mail. Les membres du panel doivent accepter volontairement de participer à cette enquête. Par conséquent, les panels d'enquête en ligne ne devraient comporter que des personnes ayant choisi volontairement de s'y inscrire et de participer à ces études de marché.