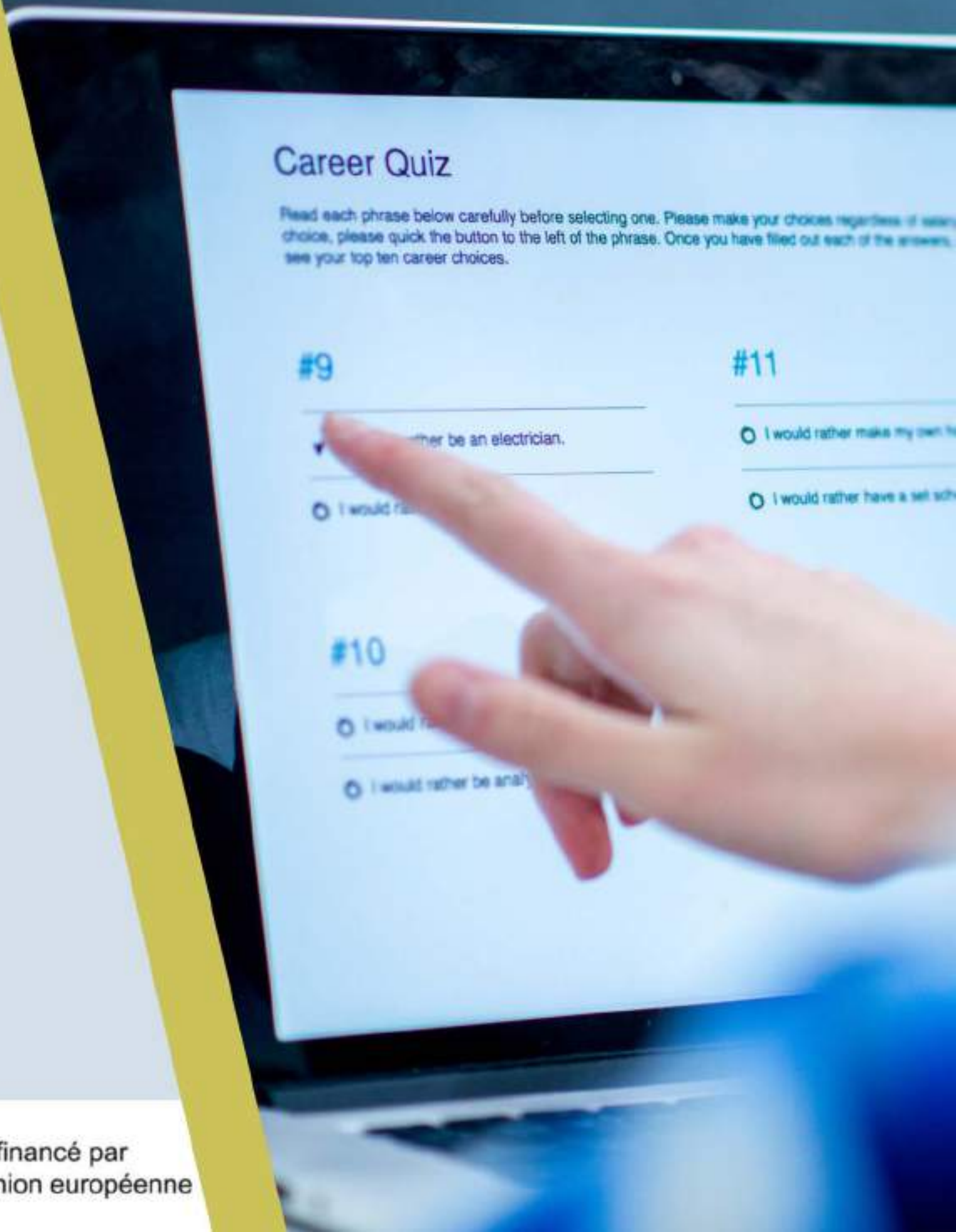


CAFÉ-OUTILS

#96

QUESTIONNAIRES & FORMULAIRES : COMMENT FAIRE ?

04 avril 2025 * Marie Massiani & Chantal Krieger



À VOS QUESTIONS & REMARQUES DANS LE CHAT



POURQUOI CE SUJET ?

EN AMONT

- Définir son projet / produit / service

PENDANT

- On ne fait pas seul des projets
- Répondre à des attentes
- Personnalisation à fond
- Simplification des tâches / Gain de temps
- Recueillir des données utiles
- Notoriété

APRÈS

- Amélioration ponctuelle ou continue
- Innovation collaborative
- Se positionner / catégoriser / mesurer



AU PROGRAMME

INTRO ET CHIFFRES

CIBLES ET OBJECTIFS

ERGONOMIE ET RÉDACTION

OUTILS DE CRÉATION



NUMÉRIQUE VS PAPIER

AVANTAGES

MISE EN FORME

FAIBLE COÛT

MASSE
diffusion & collecte

VIRALITÉ

DIVERSITÉ
des canaux et des contextes

ASYNCHRONE

OUTILS d'ANALYSE

LIMITES

CONCURRENCE

HORS CONTEXTE

QUALIFICATION
parfois approximative
des répondants

PROTECTION DES DONNÉES
être vigilant

QUELQUES CHIFFRES

durée idéale
entre **5 et 10min**

-10 questions = taux d'achèvement **+85%**
+20 questions = taux d'achèvement **45%**

Démarches administratives en ligne : les principales difficultés rencontrées ne sont pas liées au manque de compétence numérique



(plusieurs réponses possibles)

QUELQUES CHIFFRES

78% des entreprises
= questionnaires influencent directement leurs **décisions**

92% des entreprises utilisant des **logiciels spécialisés**
= **analyse + efficace** qu'avec des méthodes manuelles

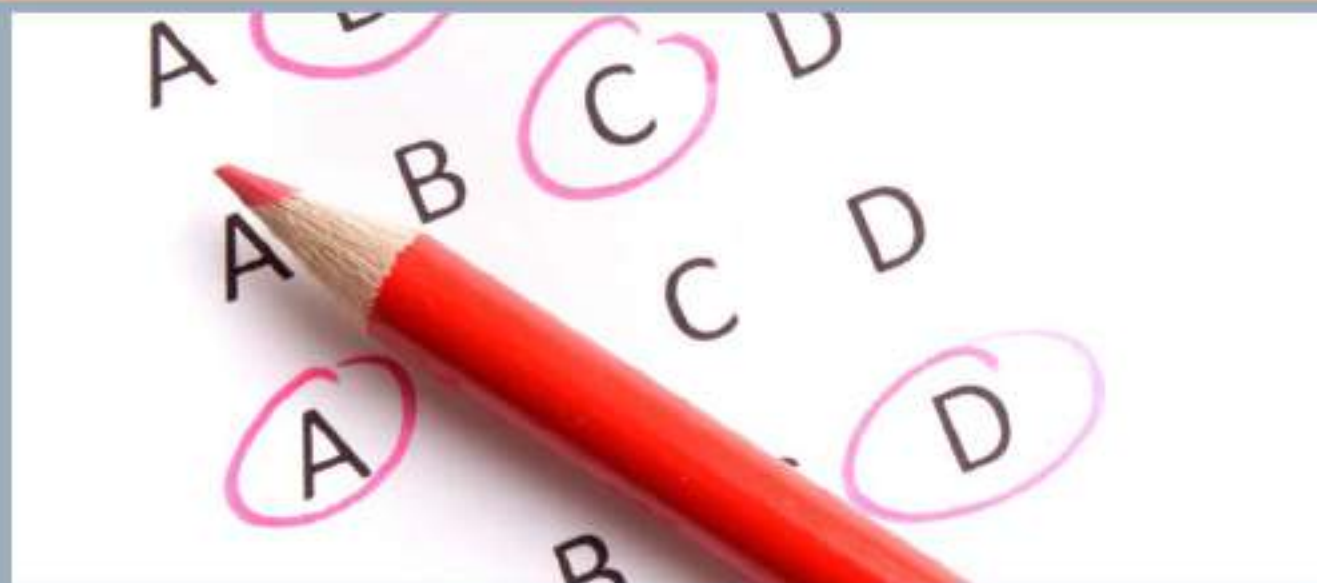
questionnaire **adapté** au destinataire
= taux de réponse **+48%**

EN AMONT, AVOIR DÉFINI SES PERSONA !

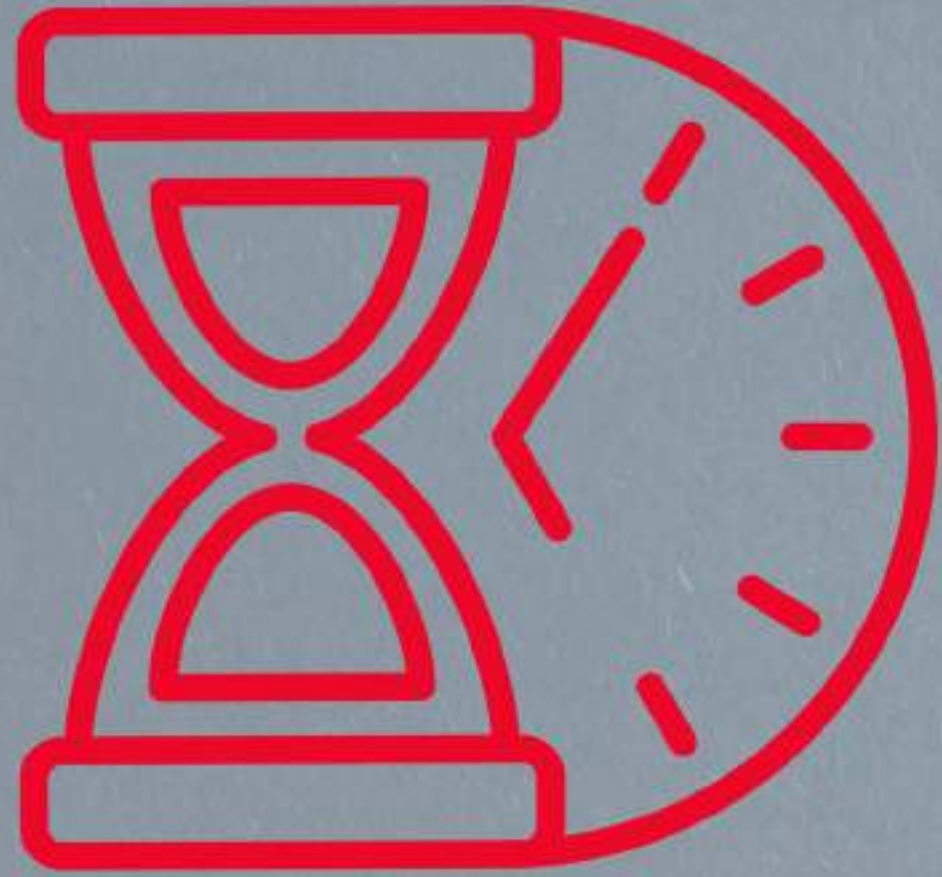


QUESTIONNAIRE OU FORMULAIRE ?

	QUESTIONNAIRES	FORMULAIRES
objectif	Collecter des opinions, des avis ou des informations analytiques	Recueillir des informations structurées pour une inscription, une demande, une transaction
ressenti	Don, non contraint	Process, passage obligé pour obtenir quelque chose, possibilité de "sanction"
exemple	Sondage d'opinion, enquête de satisfaction, étude de marché	Inscription, contact, commande, réservation...



INGRÉDIENTS POUR UN Q/F REMPLI... ET RENVOYÉ !



QU'EST-CE QUE CELA
VOUS APPORTE ?

... mais aussi ...

QU'EST-CE QUE ÇA APPORTE
À LA PERSONNE QUI REMPLIT ?

WHY

INGRÉDIENTS POUR UN Q/F REMPLI... ET RENVOYÉ !

JE VEUX

- connaître **les attentes** de ma cible avant de lancer un nouveau produit
- demander **un besoin** en formation
- sonder **des impressions** en direct durant une rencontre
- évaluer **la satisfaction** du client
- ... d'autres situations ?

EN CONTREPARTIE, IL·ELLE PEUT (exemples)

- **recevoir** une newsletter pour **connaître** les avancées du projet
- **donner** son propre avis dans un champ de texte vide
- **comparer** ses réponses en direct et **se positionner**
- **gagner** un bon de réduction
- ... d'autres idées ?

INGRÉDIENTS POUR UN Q/F REMPLI... ET RENVOYÉ !

LA PROMESSE

L'EXPLIQUER DE FAÇON COMPRÉHEN-CIBLE
POSER DES LIMITES CLAIRES
TENIR LA PROMESSE !

RASSURER SUR LA PROTECTION DES DONNÉES
ET S'Y TENIR !

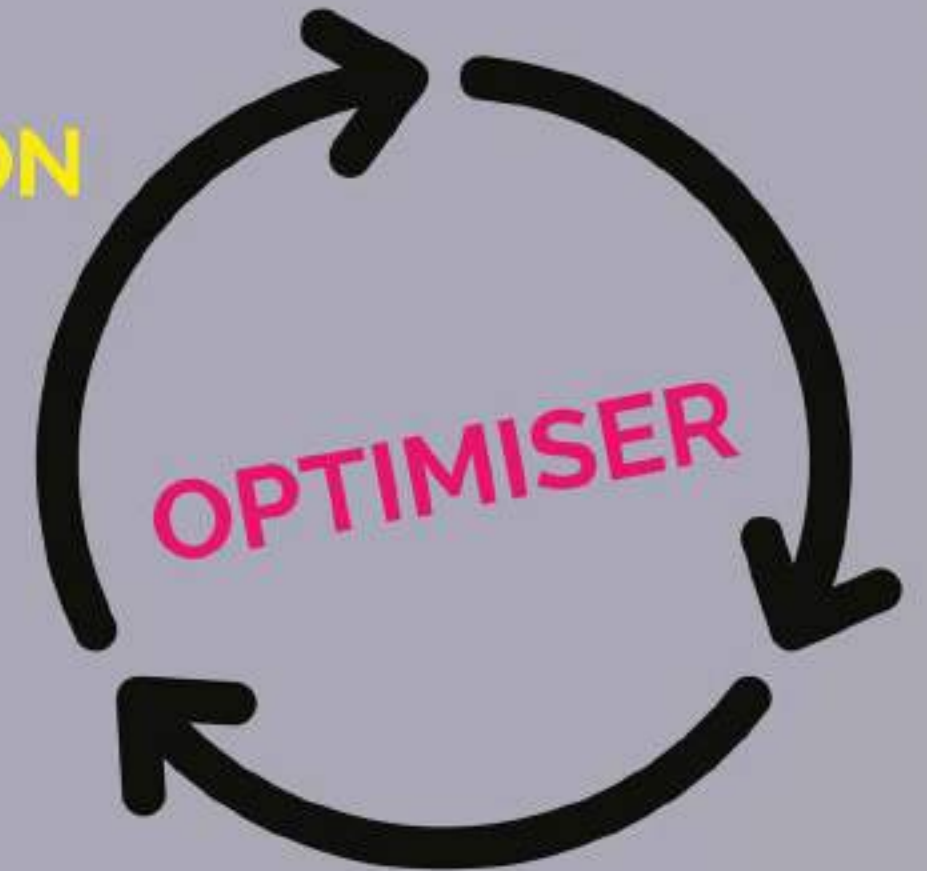


PRIVACY
POLICY

INGRÉDIENTS POUR UN Q/F REMPLI... ET RENVOYÉ !

LES ÉTAPES

1. FIXER L'OBJECTIF DE LA CAMPAGNE
2. LISTER LES INDICATEURS
3. STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE
4. TON & MODES DE DIFFUSION
5. TESTER & ADMINISTRER
6. TRAITER & ANALYSER
7. RESTITUER



1 OBJECTIFS & CHAMPS D'APPLICATION

Collecter des informations pour mesurer, découvrir, comprendre, se projeter...



Marketing et communication

Comprendre son audience, améliorer les produits/services, mesurer l'impact des campagnes.



Ressources humaines et recrutement

Améliorer le recrutement, évaluer la satisfaction des employés, gérer la formation



Événements et formations

Faciliter les inscriptions, collecter des retours, organiser des sessions adaptées.

1 OBJECTIFS & CHAMPS D'APPLICATION

Collecter des informations pour mesurer, découvrir, comprendre, se projeter...



Éducation et recherche

Mesurer les connaissances, récolter des données pour des études, améliorer l'apprentissage.



Administratif et gestion interne

Simplifier les démarches et améliorer la gestion interne d'une organisation.



Engagement sur les réseaux sociaux

Engager la communauté et recueillir des tendances en temps réel.

2

LISTER LES INDICATEURS

- Selon votre besoin pour définir votre projet, votre produit, votre service ;

- En vous inspirant de questionnaires & formulaire existants ;



- En vous aidant de l'IA.



Bonjour ChatGPT,

Je veux envoyer un formulaire à des prospects qualifiés pour lancer mon produit innovant.

Ma cible est (genre, âge, CSP) en recherche de (besoin auquel je réponds), et je veux savoir si (mon produit innovant) correspond à leur besoin.

Quels sont les indicateurs à prendre en compte dans mon formulaire ?

3

STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE


L'essentiel est que le visiteur n'ait pas le **SENTIMENT**
de remplir trop de champs.

- aller à l'essentiel / bon titre d'accroche
- proposer des questions optionnelles
- pas trop intrusif

Cultivons l'innovation 💡 On se dit à quelle heure ?

Nous sommes très heureux à l'idée de vous rencontrer à l'occasion de l'événement "[Cultivons l'innovation !](#)" mardi prochain, le 20 septembre, à l'[Espace Hemera à Alixan](#), de 16h à 20h et suivi d'un moment d'échanges convivial et gourmand !

Pour faciliter l'organisation de la journée, nous avons besoin d'avoir une idée de combien de personnes pourront être présentes dès 16h00 ou à partir de 18h00 :

• OPTION  Si vous souhaitez participer à un des ateliers commençant à 16h00, merci de nous préciser lequel dans le questionnaire ci-dessous (places limitées à 20 personnes).

• OPTION  Si vous ne pouvez pas être là dès 16h00, ce n'est pas rédhibitoire : nous vous accueillerons avec

Name & Email

Required



Entreprise / Organisation

Optional



Téléphone professionnel

Optional



Custom questions



Commune

Required



Souhaitez-vous recevoir
notre newsletter mensuelle ?

Required



3

STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE

L'essentiel est que le visiteur ait le **SENTIMENT**
d'être "pris par la main".

- réunir les questions par "catégories"
- en 1 page / en plusieurs pages
- barre de progression
- visuels sympa et guidants

2 → Why do you want to contact the tech team for ?

🐛 Bug : something is *not working* as expected // 🙋 Support : question or *help to do* something // 💡 Idea : suggest feature or improvement

- A 🐛 Bug
- B 🙋 Support
- C 💡 Idea

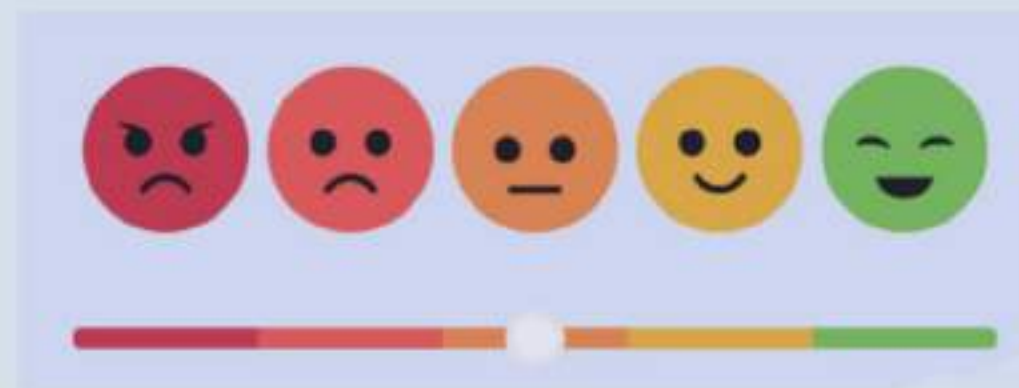
3

STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE

L'essentiel est que le visiteur ait le **SENTIMENT**
d'avoir le choix.

- types de questions et de réponses / rester impartial

Question fermée	Question ouverte
<p>Pourquoi ne mangez-vous pas de glace de « glacier Fictifs » ? <i>(choisissez au moins une réponse)</i></p>	<p>Pourquoi ne mangez-vous pas de glace de « glacier Fictifs » ?</p>
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Je n'aime pas leurs parfums<input type="checkbox"/> C'est trop cher<input type="checkbox"/> Le service est mauvais<input type="checkbox"/> Je n'aime pas les glaces<input type="checkbox"/> C'est trop loin de chez moi<input type="checkbox"/> Je ne connais pas	<p>Je suis intolérant au lactose donc je ne mange pas de glace et il est vraiment difficile de trouver une boutique qui propose de bonnes glaces sans lactose. Je n'ai jamais entendu parler de « Fictifs » mais s'ils en proposent, j'essaierais bien car j'aime la glace !</p>



☰ Réponse courte

☰ Paragraphe

🔴 Choix multiples

☑ Cases à cocher

📄 Liste déroulante

📁 Importer un fichier

📏 Échelle linéaire

★ Avis ouvea

📊 Grille à choix multiples

📊 Grille de cases à cocher

📅 Date

🕒 Heure

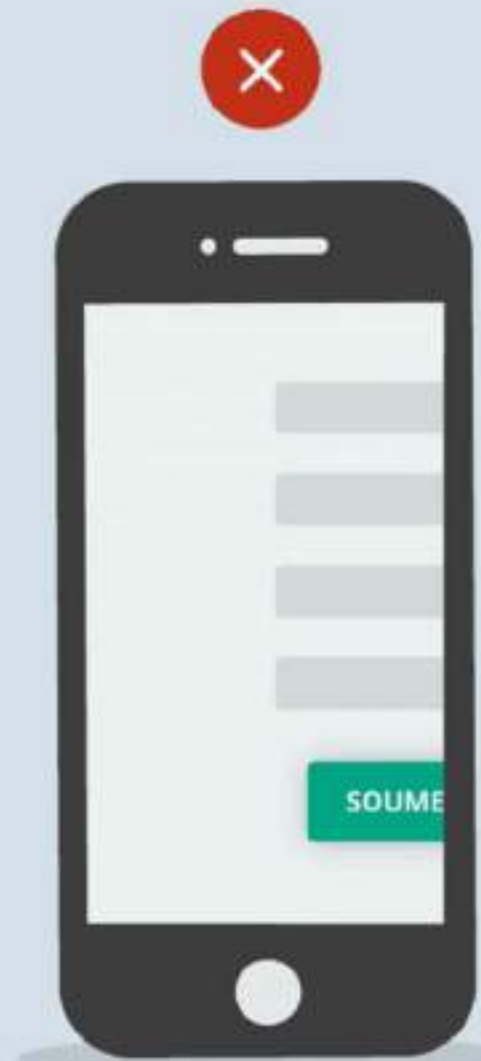
3

STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE

L'essentiel est que le visiteur ait le **SENTIMENT**
d'être écouté et respecté.

- optimiser le CTA / responsivité
- rassurer avec votre politique de confidentialité

En cochant la case ci-dessous, vous confirmez votre inscription à notre newsletter et être âgé de plus de 16 ans. Vous recevrez les news sur les tendances et les offres en exclusivité. Si vous changez d'avis, vous n'avez qu'à cliquer sur 'unsubscribe' en bas de l'e-mail. Nous traiterons vos informations en accord avec notre politique de confidentialité.



3

STRUCTURER LE QUESTIONNAIRE

Exemples d'applis (liste non exhaustive)



Google Forms

 evalandgo

RGPD & HDS, stocké en France



dragⁿ survey

stocké en Europe

 Typeform

 SurveyMonkey®

4 TON & MODES DE DIFFUSION


L'email / la newsletter

Les groupes & forums de discussion

Vos événements
(carte de visite, flyer, ...)

T-Rex veut ajuster le tir, et vous demande comment vous imaginez les prochaines rencontres afin d'être plus à l'écoute de vos besoins et de vos contraintes : horaires, lieu, contenu, ...

Merci de répondre à ce court questionnaire avant le 5 mai.

Je donne mon avis en 2 minutes chrono 

Jonathan RABD & Pierre MACCIONI

Que pensez-vous de cette offre ?



4 TON & MODES DE DIFFUSION

Focus : les réseaux sociaux

- Retour d'infos en temps réel
- Recueillir des verbatims
- Étude de marché plus ludique
- Susciter de l'engagement
- Étudier son audience
- Élargir son audience
- Échanger de façon plus naturelle

Le Moulin Digital
2 819 abonnés
2 mois · 🌐

En prévision de notre prochain café-outils sur les bonnes pratiques de création de newsletters en 2025, nous aimerions connaître vos motivations à vous abonner dans votre quotidien 📧 ... plus

Qu'est-ce qui vous motive à vous abonner à une newsletter ?
Vous pouvez voir comment les personnes votent. [En savoir plus](#)

Un contenu utile et esthétique	44%
Des ressources exclusives	48%
La fréquence d'envoi respectée	0%
Une relation authentique	7%

27 votes · Sondage fermé

👍 8 1 commentaire · 1 republication

J'aime Commenter Republier

Commenter en tant que Le Moulin Digital... 📧 📷

Les plus pertinents ▾

1er · 2 mois ...

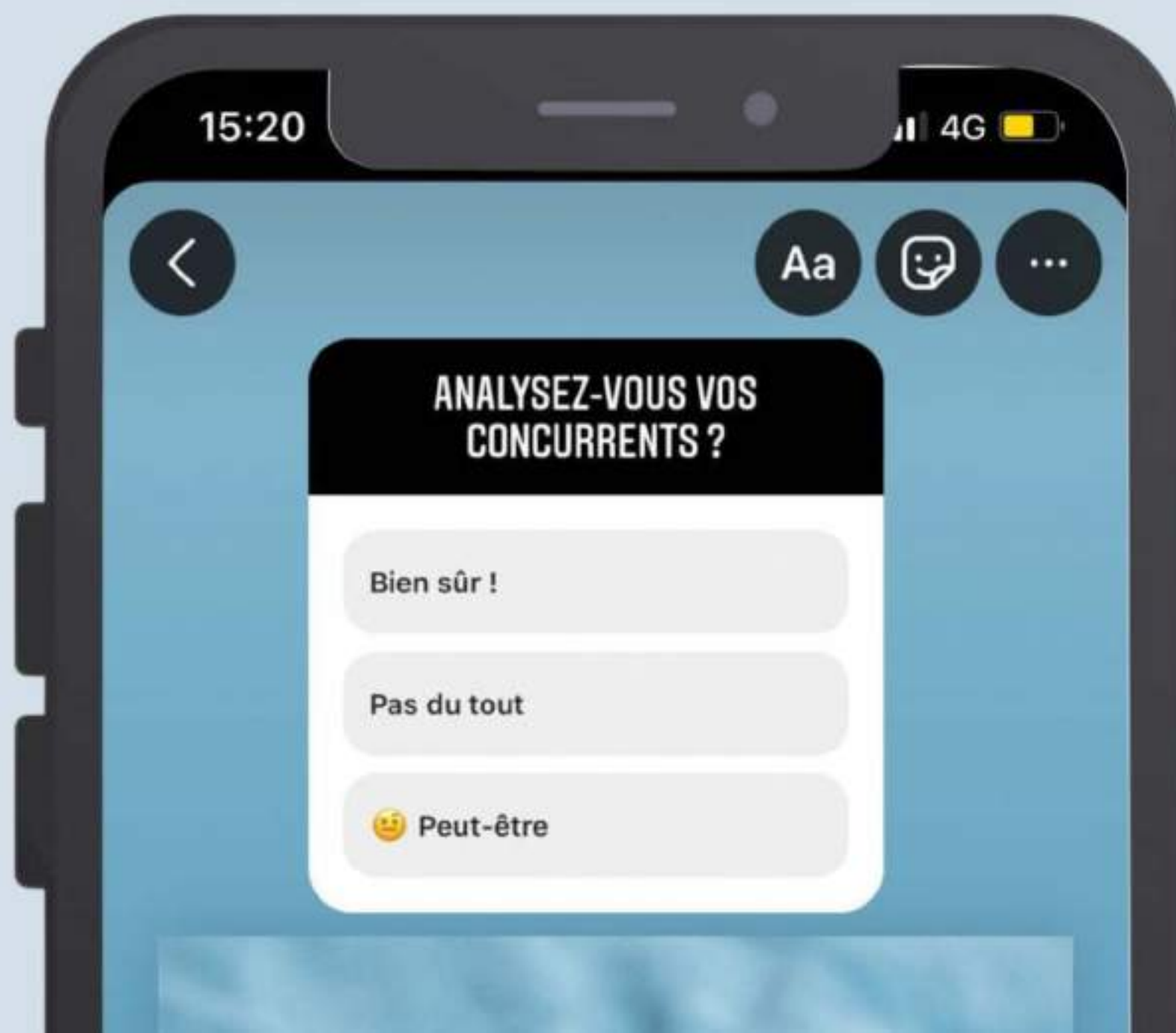
📧 Créatrice de contenu 📧 Graphiste 📧 Chargée de Com 📧

Domage qu'on ne puisse pas en mettre 2 ! Mais vraiment un contenu utile et percutant avec une touche de relation/lien avec le lecteur c'est ce qui est efficace pour ma part 📧

J'aime · 📧 3 | Répondre

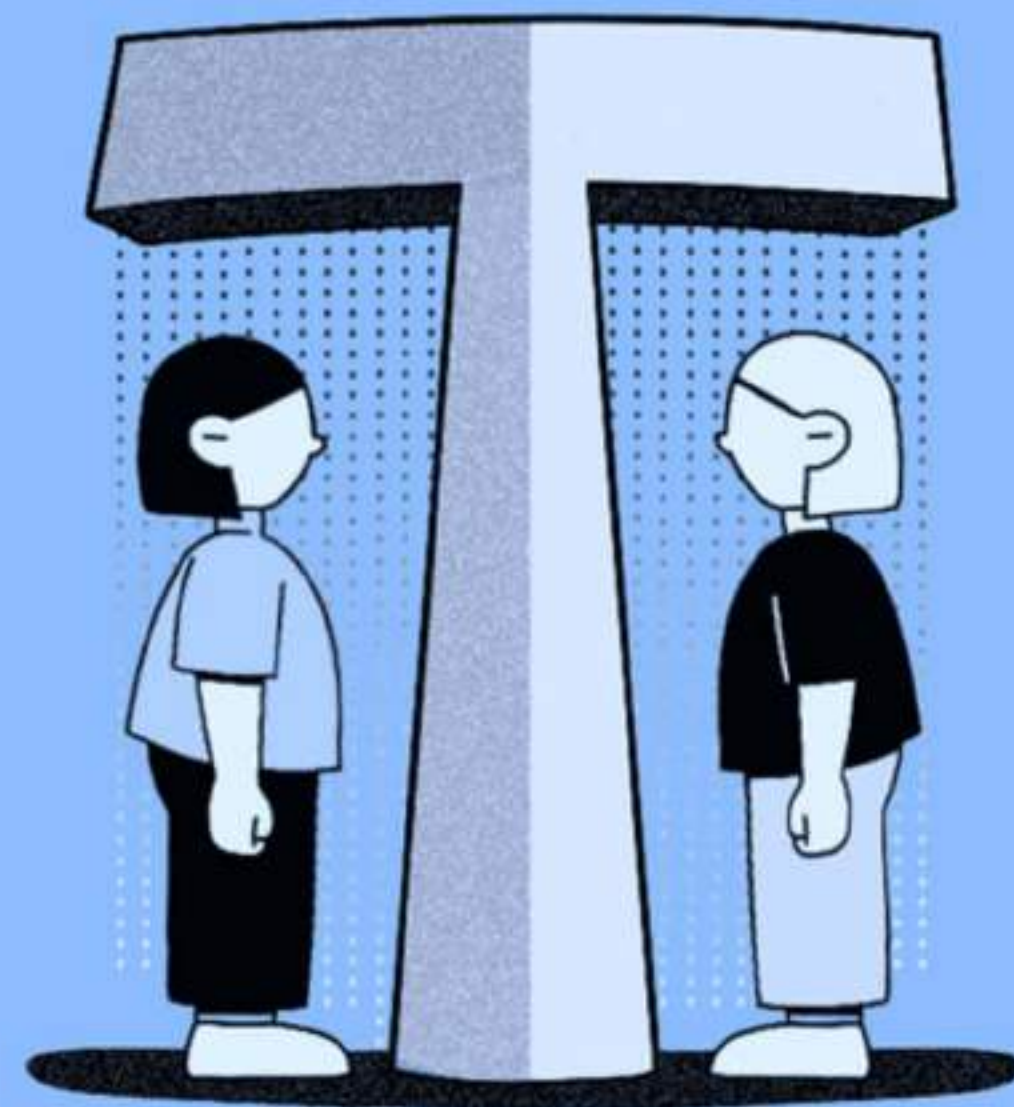
4 TON & MODES DE DIFFUSION

Focus : les réseaux sociaux



5 TESTER & ADMINISTRER

- Famille, collègues ou partenaires
- Petit échantillon de personnes
- Test A/B
- Feedback qualitatif
- Avez-vous trouvé ce questionnaire clair ?
- Avez-vous des suggestions d'amélioration ?



6

TRAITER

Analyser pour en déduire des insights actionnables



- **Nettoyage et structuration des données**
- **Analyse quantitative et qualitative**
- **Croisement des données pour affiner l'analyse**
- **Synthèse et actions à en tirer**

7

RESTITUER

Rendre compte aux répondants

PRINT	WEB	EVENT
<ul style="list-style-type: none">• affiche,• livret thématique,• flyer,• encart dans un magazine,• kakémono,• sur des objets...	<p>infogram</p> <ul style="list-style-type: none">• infographie,• slides / diaporamas,• réseaux sociaux,• interview vidéo,• plateformes d'avis...	<ul style="list-style-type: none">• conférence,• rencontre,• facilitation graphique,• atelier,• AG ou CA...

BONNES PRATIQUES

Pièges à éviter

Questions trop longues, manque de clarté, non respect du RGPD

Astuces

Questions ciblées, design épuré, tests utilisateurs

Conclusion

Outil stratégique et concurrentiel, méthodologie rigoureuse, amélioration continue

PROCHAINS ÉVÉNEMENTS

JEUDI DE LA FABRIQUE

10 avril * 18h30-20h

à Saint-Vallier,
uniquement en présentiel
**Optimisez votre utilisation
de ChatGPT**

PITCH PRESQUE PARFAIT

vendredi 11 avril * 12h-13h30

à BuroClub à Valence,
uniquement en présentiel
**Découvrez 2 innovations tech et
leurs porteurs de projet**

SPRINGTIME KOKORICO

lundi 28 avril * 18h-20h

au Moulin Digital,
uniquement en présentiel
**L'événement fédérateur et
convivial de La French Tech Alpes
Valence-Romans**



CAFÉ-OUTILS

mercredi 30 avril * 9h-10h

au Moulin Digital ou en ligne
**Facilitez vos prises de
rendez-vous en ligne**

MERCI ET À BIENTÔT !



Ça vous a plu ?
Dites-le à tout le monde
via les avis Google !



contact@lemoulindigital.fr



04 75 83 50 58

LE
MOULIN
DIGITAL



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes



Cofinancé par
l'Union européenne