

Les études qualitatives en ligne :  
quelle place leur faire ?



# Internet : nouveau cadre d'expression

---

# Internet : nouveau cadre d'expression

---

## Deux types de discours sur internet :

Un discours qui se présente ***librement*** (forums, blogs, articles, dictionnaires, etc)

Un discours ***provoqué*** par les instituts (interaction informelle, forums ou chat organisés)

## Par rapport aux techniques de recueil off line :

Il obéit à des ***motivations*** différentes

Il s'élabore dans des ***conditions*** différentes

Internet : nouveau cadre d'expression

Il obéit à des *motivations* différentes

**Internet = Un espace social nouveau et en soi motivant**

**Accueillant et Stimulant**

**Plus ouvert**

**Qui court-circuite les systèmes de légitimité existants**

**Et déplace les frontières entre les différentes « productions » du moi**

*Un espace social qui donne avant qu'on lui donne*

*Se confronter sans s'affronter*

*Affranchissement des déterminations sociales*

*Co-existence du moi : privé et public intime et professionnel amateur et expert donneur et récepteur etc.*

**Un espace d'expression valorisant et ré-créatif**

Internet : nouveau cadre d'expression

Il s'élabore dans des **conditions** différentes

Internet = Un espace de « réflexion »

L'écrit

De chez soi

Sans se montrer

Sans voir mais  
pour entrer en relation

**Matérialité du  
message**

**Concentration  
Confiance**

**Moins intimidant  
Déshinibateur  
Un moi projeté,  
idéalisé**

**Un destinataire  
distant, idéalisé**

*Attention à la forme  
du message*

*Introspection*

*Affranchissement  
des déterminations  
physiques*

*Mise à distance du  
jugement de l'autre,  
Séduction*

Un espace d'expression valorisant et ré-créatif

Il en découle que ces discours présentent des **caractéristiques spécifiques** :

**Dans l'énonciation**



Virtuosité verbale,  
joute oratoire

Mélange des registres

Elaboration, argumentation

**Dans le contenu**



Abordant des sujets quotidiens,  
intimes et de société

Légers et difficiles

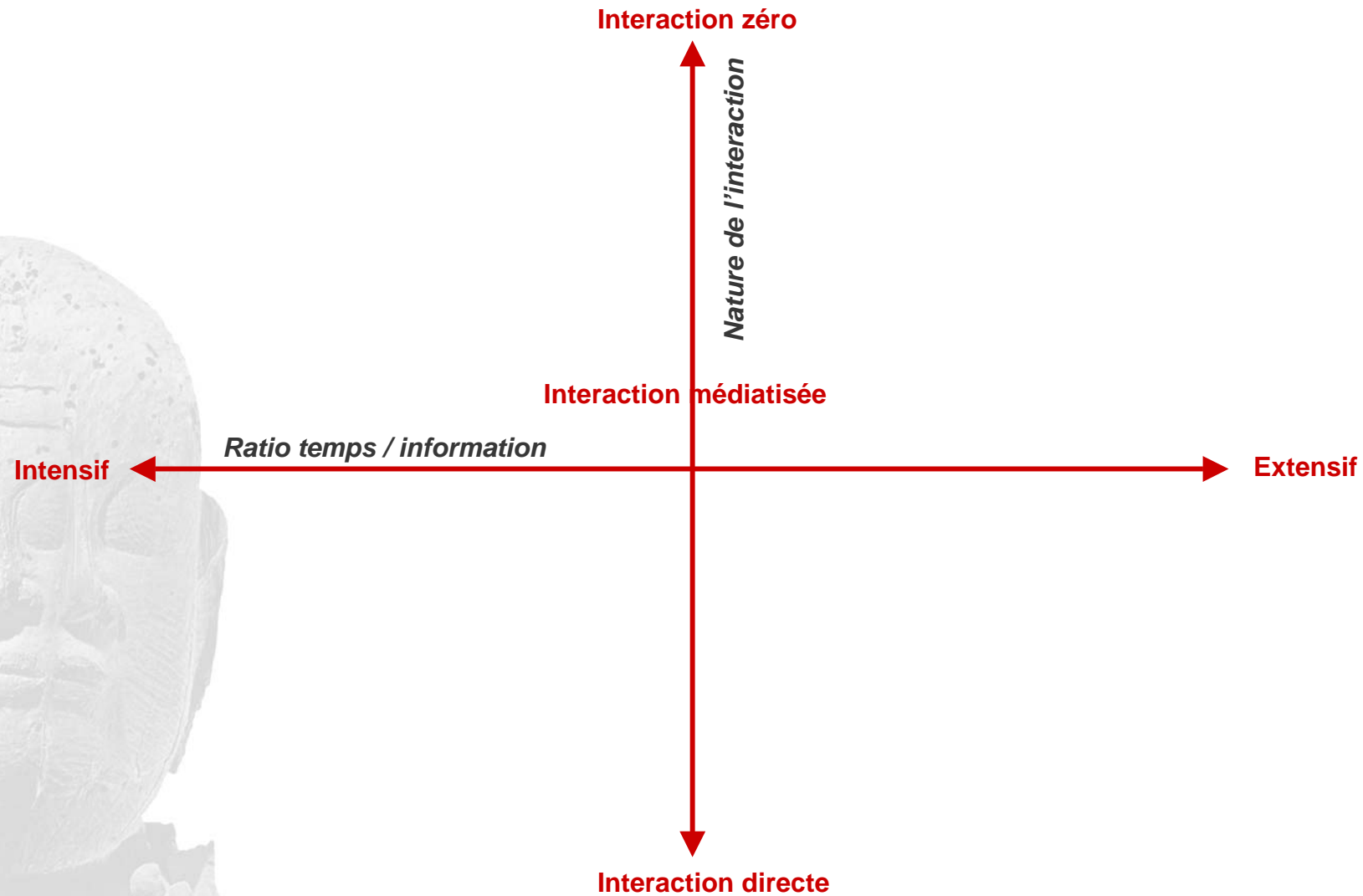
Mais toujours sous l'angle  
d'une préoccupation personnelle  
partagée

# Complémentarité des techniques de recueil

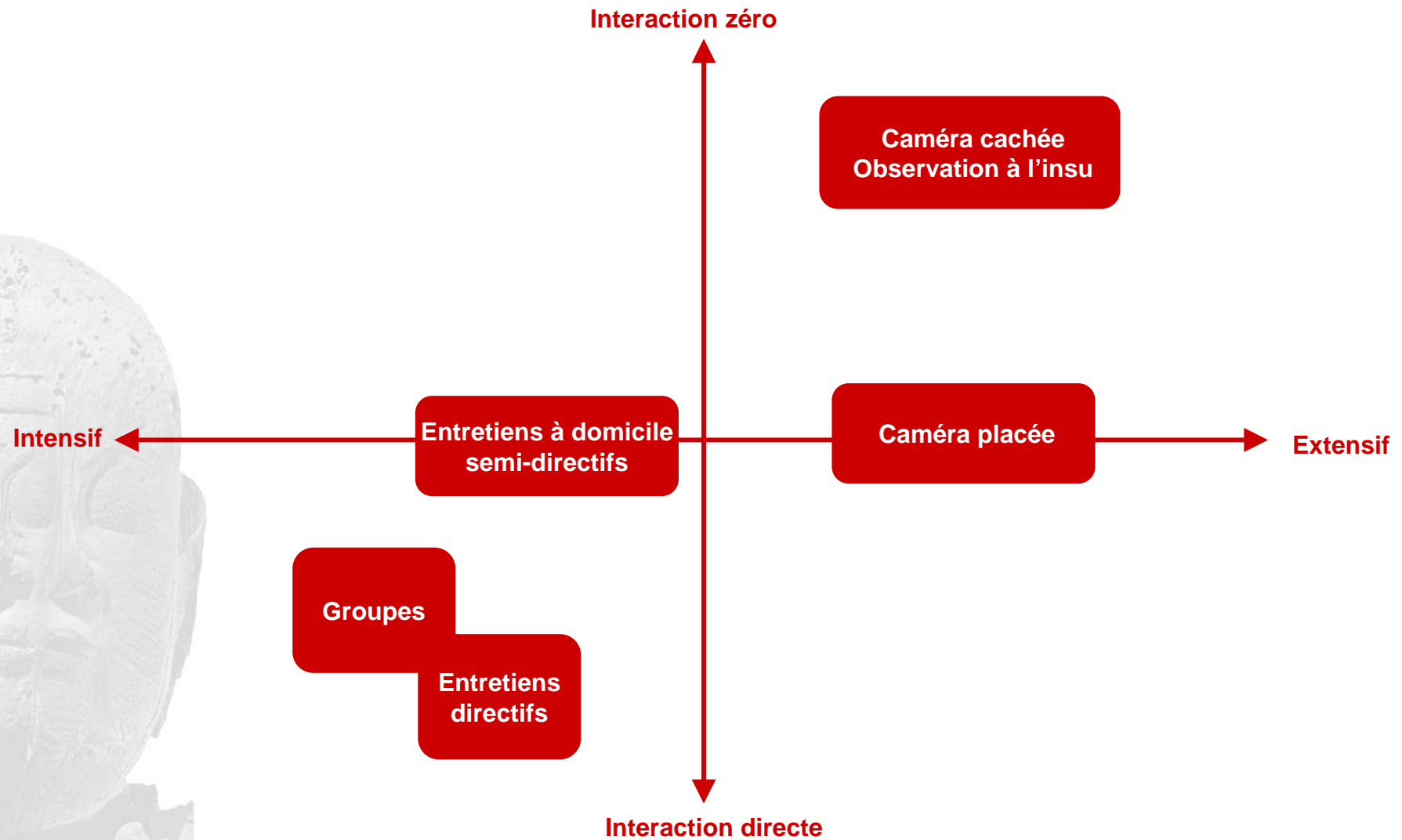
---

# 1. Le cadre d'expression

---



## 1. Le cadre d'expression



## 1. Le cadre d'expression

---

L'interaction est directe

Off line

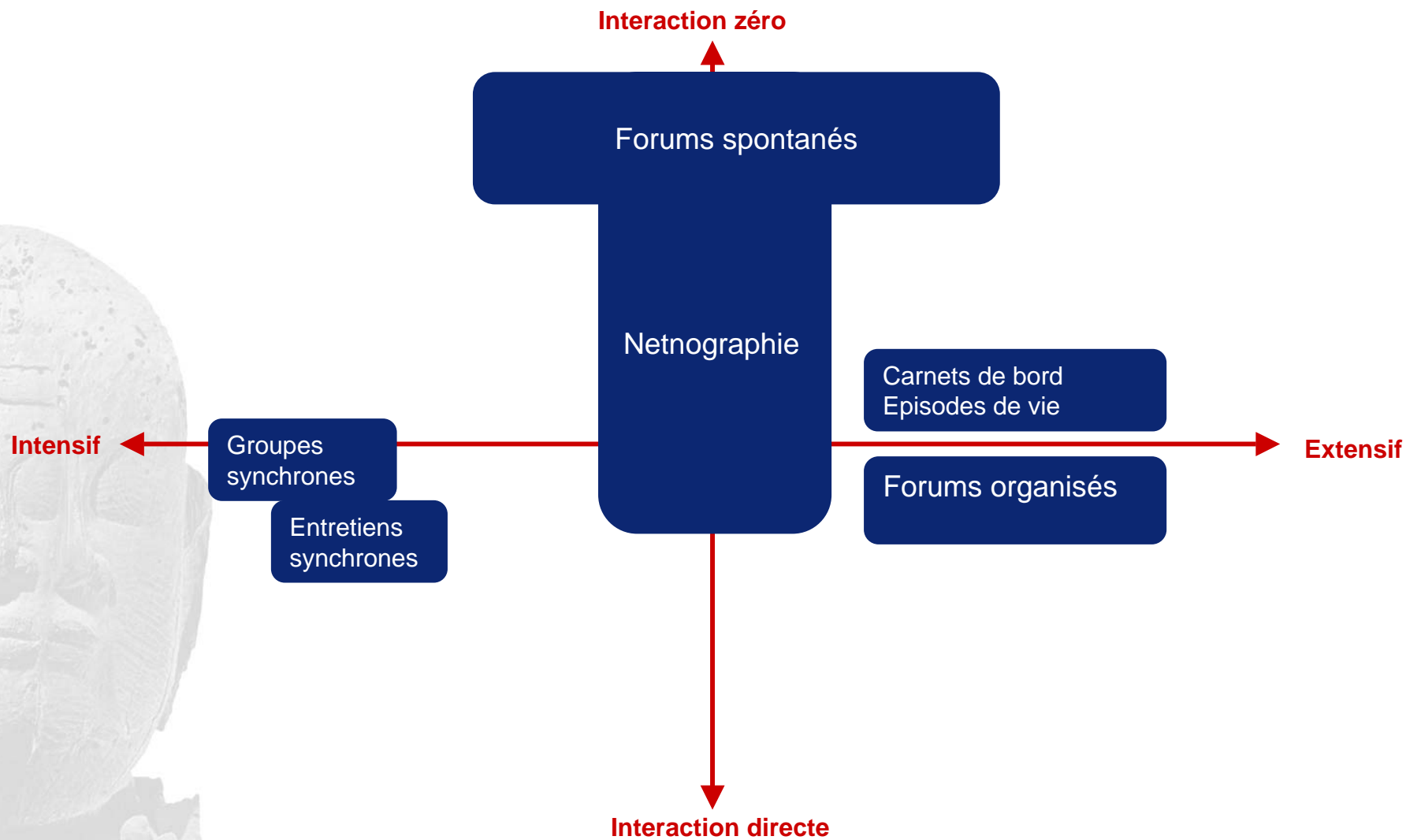


- Encadrement serré de la problématique
- Exploration possible d'un système, d'une cohérence
- Rapidité de l'échange qui permet des relances très adaptées
- Caractère stimulant de la situation de groupe



- Le cadre institutionnel, la personne qui interroge et la question elle-même peuvent induire la direction, le ton, le vocabulaire, etc.
- La durée limitée du protocole peuvent empêcher certaines informations d'arriver

# 1. Le cadre d'expression



## 1. Le cadre d'expression

---

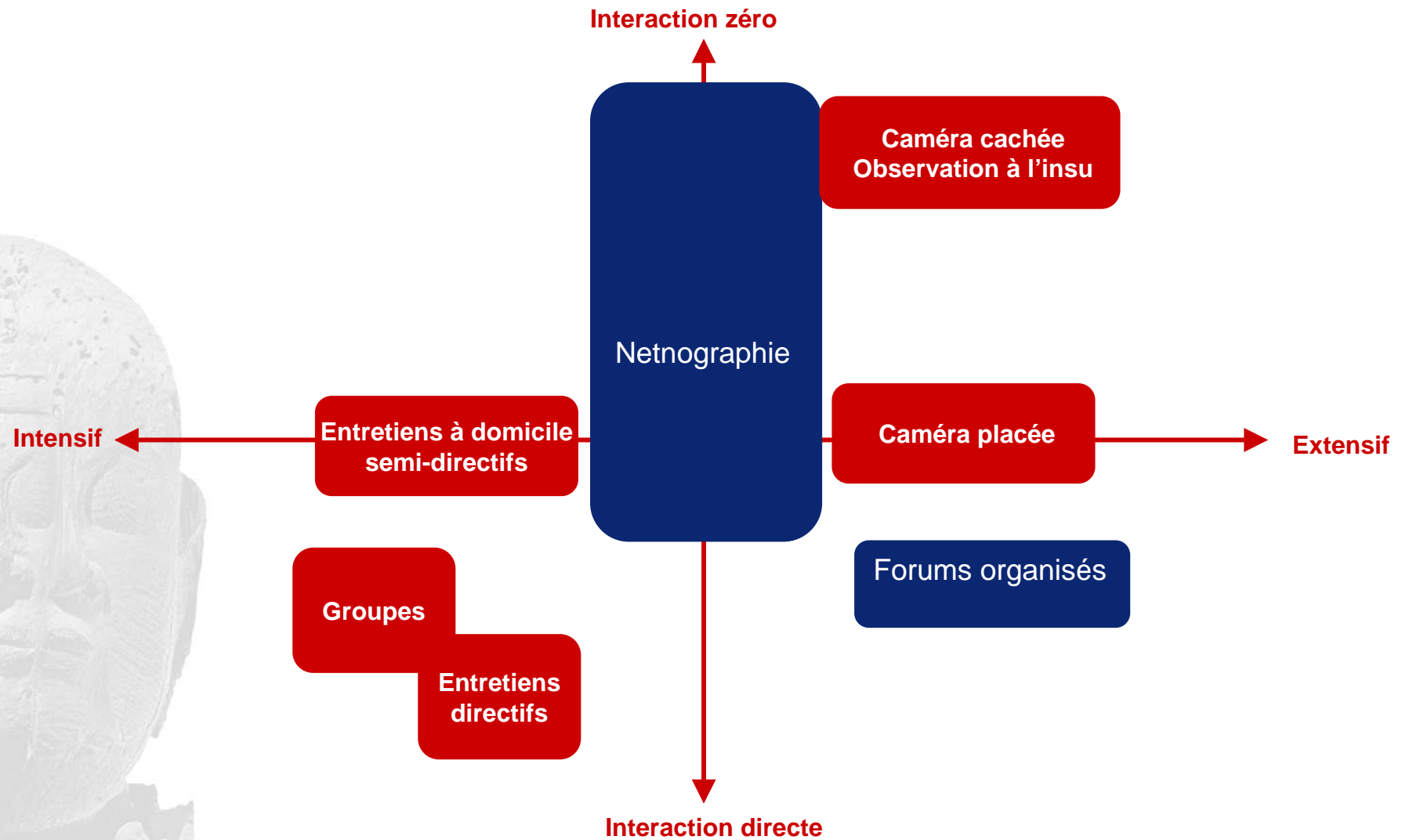
L'interaction est médiatisée

On line

- Moins d'effets d'induction dans l'interaction
- Média désinhibiteur, valorisant, ré-créatif
- Témoignage à partir d'un territoire personnel et en particulier à partir du cadre des usages

- Mise en perspective plus limitée
- Recadrage et relances moins « serrés »
- Approfondissement pas toujours possible

## 2. Les avantages des techniques de recueil on line



## 2. Les avantages des techniques de recueil on line

---

Les principaux avantages perçus dans les nouvelles techniques de recueil en ligne pour les études qualitatives :

● **La durée du protocole**

● **L'expression à partir d'un territoire propre**

Du fait de l'éloignement de l'observateur et des caractéristiques du media (désinhibateur, valorisant, ré-créatif) :

● **Leur pertinence pour des cibles**

● **Leur pertinence pour des sujets**

● **Leur pertinence pour des objectifs**

## 2. Les avantages des techniques de recueil on line

---

❖ **La durée du protocole** : appréciable en exploratoire comme en test, cet avantage a été assez vite découvert et exposé par les instituts qui ont testé ces techniques (forums organisés / épisodes de vie)

❖ **Principales applications :**

- Test de prototype, numéro 0 placés à domicile (technologie, équipement de la maison, media, problématiques liées au corps, jeux vidéo, jeux on line, etc.)
- Exploratoires d'usages, recueil de discours liés à l'usage des produits
- Exploratoires d'attentes *explicites*

❖ **Principe** : une interaction suivie avec l'objet du test ou de l'exploratoire

- La répétition d'un témoignage favorise des prises de conscience nouvelles
- Une appréciation dans la durée améliore la justesse d'un pronostic

## 2. Les avantages des techniques de recueil on line

---

### ● Leur pertinence pour quelles cibles ?

- Cibles adolescentes qui d'une part sont difficiles à interviewer, d'autre part sont familières du media
- Cibles difficiles à réunir (pour des raisons spatiales, temporelles, diplomatiques)
- Cibles très impliquées et qui prennent déjà la parole sur des forums spontanés

### ● Leur pertinence pour quels sujets ?

- Sujets sensibles ou intimes
- Sujets polémiques
- Sujets ayant trait au media internet (pratique d'achat en ligne par exemple)
- Sujets techniques

### ● Leur pertinence pour quels objectifs ?

- Sémantique = Identifier le vocabulaire employé par une population/une cible (préparation à un quanti par exemple)
- Identifier les modes d'entrée dans un univers (préoccupations clé)
- Découvrir des insights publicitaires, des mises en situation d'expériences ou de vécu produits

# Focus sur l'investigation netnographique

1. **Principe**
2. **La phase d'observation**
3. **La phase d'interaction**

# 1. Principe de la netnographie

- **Une méthode inspirée de l'ethnographie** qui s'applique à étudier les comportements et discours des communautés en ligne
- **Une technique de recueil on line** qui nous intéresse parce qu'elle joue sur plusieurs niveaux d'interaction

Deux approches complémentaires

La phase  
d'observation

De l'observation  
sans interaction

**+** Pas d'effets d'induction  
dans le témoignage

La phase  
d'interaction

*...À une interaction  
médiatisée  
dans une relation  
non institutionnelle...*

Plusieurs postures  
peuvent être adoptées  
pour mener l'investigation

**+** Effets d'induction minimisés par une interaction  
symétrique et privée  
Possibilité de pousser l'investigation  
jusqu'à certaines limites pratiques

# Focus sur l'investigation netnographique

---

1. Principe
2. **La phase d'observation**
3. La phase d'interaction

## 2. La phase d'observation

---

### 2.1 Trouver la parole de l'internaute : un enjeu moins évident qu'il n'y paraît

Deux enjeux...

...Que l'on peut résoudre en se posant les bonnes questions

- La nature des données

- L'accès aux données

- Pour trouver cette parole, il faut adopter le point de vue de l'internaute en situation de recherche sur le web

**Un objectif qui nécessite un vrai travail méthodologique :  
la constitution des bouquets de sources**

## 2. La phase d'observation

---

### 2.2 La constitution des bouquets de sources

Aborder la problématique sous l'angle des préoccupations qui peuvent mobiliser l'internaute

Avoir des présupposés en termes de sujets, produits, usages

Travailler à partir de mots-clés

Etablir les points d'entrée dans la problématique

Valider les mots-clés pertinents

## 2. La phase d'observation

L'écoute

### La constitution des bouquets de sources Exemple sur la problématique de l'Hygiène Beauté Homme

Vocabulaire des études de marché

Vocabulaire des sites marchands

Vocabulaire des internautes  
⇒ On entre par le conseil  
⇒ Et la recherche de produits

[www.eurosta.fr](http://www.eurosta.fr)

[www.mondadoripub.com](http://www.mondadoripub.com)

[www.beaute-homme.com](http://www.beaute-homme.com)

[www.toolui.com](http://www.toolui.com)

[www.commeuncamion.com](http://www.commeuncamion.com)

[www.hardware.fr](http://www.hardware.fr)

[www.ra7or.com](http://www.ra7or.com)

<http://vousleshommes.blogspot.com>

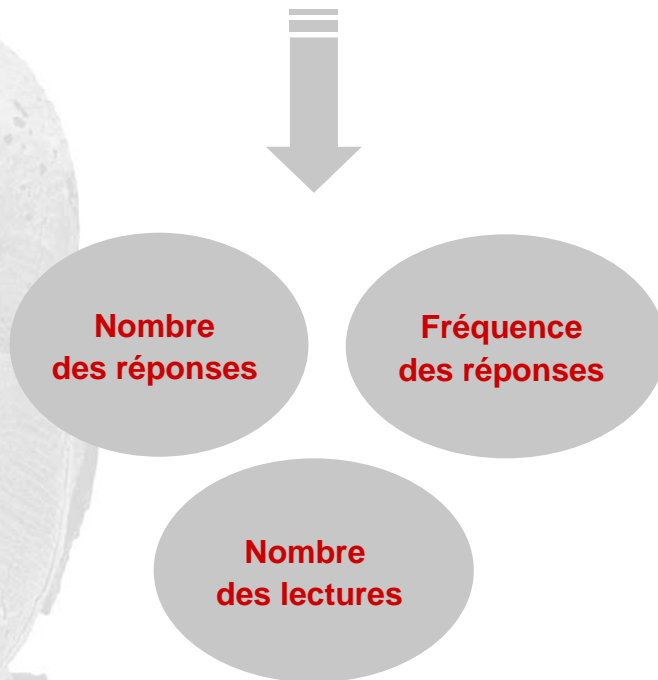
Sources pertinentes

++

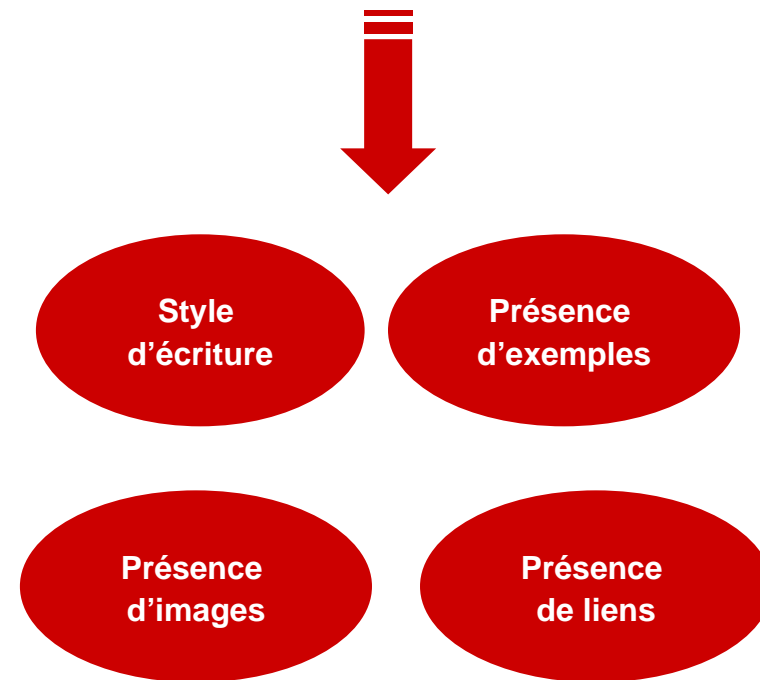
## 2. La phase d'observation

Une fois les bouquets sources identifiés :  
**Evaluer a priori la qualité des discours & le degré d'implication de l'internaute**

**Avoir des repères quantitatifs**



**Avoir des repères qualitatifs**



## 2. La phase d'observation

Avoir des repères quantitatifs

Produits de beauté pour homme

7

Nombre de pages de réponses

Romf

Nombre de réponses

241

11763

Nombre de lectures

24-08-2007 à 17:00  
-solal-

La durée de la conversation

Sujet : Produits de beauté pour homme

Posté le 12-07-2005 à 22:46:11

Salut,

*(précision comme ça: vu que le "topic cosmetik" est mort et qu'il ne parle pas en particulier des produits de beauté pour homme (ça parle pas mal d'anti transpirants par exemple...), je pense qu'il est utile de lancer un nouveau topic. Le fermer si pas bon, merci)*

Phénomène de mode ou réelle demande, les produits de beauté pour hommes sont de plus en plus présents dans nos chers magasins.

Que pensez vous de ce nouveau phénomène? Quels produits utilisez vous, en êtes vous satisfaits? Constatez vous une réelle amélioration quelconque?



Message cité 2 fois

## 2. La phase d'observation

### Avoir des repères qualitatifs

Posté le 21-06-2007 à 13:09:17

un lien qui pourra t'intéresser :

[http://www.dailymotion.com/video/x150ai\\_how-to-shower](http://www.dailymotion.com/video/x150ai_how-to-shower)

c'est un petit comparatif entre la douche d'une femme et la douche d'un mec

Présence de liens

*Un site contributif*

*Des échanges musclés  
mais cordiaux*

Posté le: Mer Juln 13, 2007 19:59 Sujet du message:

citer

quel homme ce brococo...Un homme un vrai,ca s'habille avec des fringues qui moulent pas du tout,ca s'épile pas,ca fait pas des uv,ca laisse tout nature pour paraitre brut de pomme.Sans oublier la transpi aux aisselles de 20cm de diametre,et l'odeur qui va avec pour bien laisser ta trace dans le métro entre capitole et esquirolo.Les autres sont des paumés.

Rassure moi,tu te laves les dents,et tu te coiffes,ou ca aussi c'est métroqueerosexuel

Moi si j'ai envie de me lisser les cheveux,de me mettre de la creme dépilatoire entre l'anus et les bourses,de me raser ma barbette jusqu'au dernier poil (quoique en ce moment,pas trop),de mettre un slim (bon j'aime pas les slims,donec on va dire un dior 19cm serré),de m'hydrater la peau le matin quand elle est sèche,et d'aller faire des uv si mon bronzage commence a partir en c\*\*\*lles,je vois pas pourquoi je me prendrais la tete a me dire que c'etait les femmes qui ont lancé tous ces trucs d'entretien.

sinon je trouve l'argument des dandys du 19e ou des fardés du 16eme ou des egyptiens du XXXX eme avant JC a la masse,on est en 2007,donec comparez ce qui est comparable..Honnêtement on s'en contrefout que les nobles faisaient tel ou tel truc sous Louis XVI

Et y'a bien que les bipèdes rugbymen (du b.o ou de toulouse,c'est les memes) et les wesh pour porter un jugement sur ma personne,et encore c'est rare.

En parlant de train,t'en aurais pas loupé un toi?Ou Cinquante meme.

## 2. La phase d'observation

---

### 2.3 Observer les internautes pour...

**Disposer d'un panorama pertinent de sources d'observation**

**Comprendre le mode et le degré d'implication dans le marché ou la catégorie**

**Disposer de témoignages initiés par les internautes eux-mêmes**

**Avoir à faire à un internaute impliqué en partant de son lien observé/qualifié avec le produit (Vs d'un profil sociologique et d'un lien déclaré avec le produit)**

# Focus sur l'investigation netnographique

1. Principe
2. La phase d'observation
3. La phase d'interaction

### 3. La phase d'interaction

---

#### 3.1 Trois pré-requis pour dialoguer avec les internautes

**Comprendre et faire siennes les problématiques qui mobilisent les internautes**

- Grâce au travail d'écoute opéré en phase 1
- Utiliser la bonne clé d'entrée dans la conversation

**Comprendre le mode de pensée, d'action et de réaction des internautes**

- **Compétences en termes d'analyse et d'interprétation du discours**
- **Compétences en matière d'analyse ethnographique (codes, règles et valeurs qui régissent la discussion)**

**Adopter les modes d'expression des internautes**

- **Entrer en discussion avec les internautes en gardant en tête que l'on est sur leur territoire : il faut parler leur vocabulaire, utiliser leur signes (ex. smileys), respecter leur système d'autorité**

# 3. La phase d'interaction

---

## 3.2 Prendre en compte le type de plateforme



Sur un site généraliste dédié

- Un internaute désinvolte
- Des discussions de passage
- Des réponses très courtes
- Des discussions peu suivies dans le temps
- Des internautes quasi anonymes les uns pour les autres

Sur un site communautaire dédié ou non dédié

- Un internaute impliqué
- Des réponses plus détaillées, plus approfondies
- Des discussions suivies
- Une entre-connaissance marquée

### 3. La phase d'interaction

---

#### 3.3 Prendre en compte le style de rédaction des internautes

D'un site communautaire à l'autre le style change radicalement



[www.commeuncamion.com](http://www.commeuncamion.com)

- A travers les conversations observées beaucoup de convivialité, d'entente cordiale et d'entraide.
- Le ton des discussions oscille entre information personnalisée, humour « bon enfant » et parfois un style très soutenu, dans lequel transparait un plaisir de l'écrit « bien tourné » : le « vous » est de mise

[www.hardware.fr](http://www.hardware.fr)

- Même convivialité, entraide et entente cordiale
- Le ton est cependant beaucoup plus détendu
- Les discussions oscillent entre langage parlé « écrit » et des « pointes » plus soutenues, les participants peuvent même faire usage d'un vocabulaire familier voir argotique : le « tu » est la règle

### 3. La phase d'interaction

---

#### 3.4 Quatre postures de chercheur testées

L'internaute en recherche  
& en discussion pour lui-même

L'internaute en recherche  
& en discussion pour un  
tiers

L'étudiant en conduite  
de recherche (profil SHS)

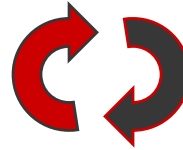
Le professionnel  
du marketing

### 3. La phase d'interaction

**L'internaute en recherche  
& en discussion pour lui-même**

**L'internaute en recherche  
& discussion pour un tiers**

**L'internaute**  
➤ Qui compte sur ses pairs  
➤ Qui recherche leurs conseils & avis



**Des internautes plus ou moins réceptifs  
aux demandes / qui se bornent à produire  
une réponse factuelle**

Ex. : Demande de renseignements sur un produit / de conseil pour un usage non maîtrisé  
(utiliser une crème hydratante/ consommer un produit qui ne nous est pas destiné)

**Une posture pertinente pour**  
➤ Repérer les territoires produits  
➤ Obtenir les premiers éléments de l'implication dans un marché ou une catégorie

### 3. La phase d'interaction

#### Pourquoi les hommes boivent-ils Taillefine Fizz?

**Sujet : Taillefine Fizz... pour nous les hommes???**

Posté le 12-10-2007 à 10:30:21

Bonjour à tous,

J'ai vu hier un gars dans le métro qui discutait avec un autre gars, une bouteille de taillefine fizz à la main...

je croyais que c'était pour les filles ce truc <sup>???</sup> 😞 mais il avait l'air de dire que c'était super bon et pas fait que pour les gonzesses... j'ai pas tapé la discut' avec... faut pas pousser 😊 mais y'en a qui ont déjà goûté? C'est bon? ça m'intrigue cette histoire, après tout, c'est que de la boisson, pourquoi s'en priver si c'est bien 😊

*Message cité 1 fois*

Posté le 12-10-2007 à 10:31:17

Une boisson pour fille <sup>???</sup> 😞  
T'es sûr que ça va ?

Quoique... après tout... il y a des boissons ou aliments pour mecs seulement c'est vrai : la bière, le sandwich au pâté, le Ricard 😊

*Message édité par Trollcenter le 12-10-2007 à 10:32:20*

-----  
Ah non ah non ah non mais qu'est ce qui se putain de passe avec cette pute nègre ?

Une première réponse  
sur la sexualisation du produit

### 3. La phase d'interaction






---

Posté le 12-10-2007 à 10:37:21     

Bof, je trouve que ça a le gout d'eau pétillante avec un arrière gout de sirop.

Je préfère largement la gamme Schweppes Agrum light. Ca a le gout de soda, et les parfums sont originaux.

**Un avis sur le goût de la boisson**

Posté le 12-10-2007 à 16:22:49     

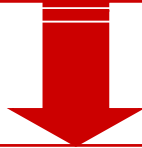
J'en avais pris une pour embeter Mr qui ne boit que du light et maintenant il s'en achete régulièrement 😊  
L'avantage du truc c'est qu'il n'a pas le gout classique des boissons sans sucre donc ça passe bien pour ceux qui n'aime pas le light.

**Une réponse à la question des motivations**

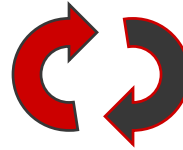
### 3. La phase d'interaction

---

**L'étudiant en conduite  
de recherche (profil Sciences Humaines)**



**L'étudiant**  
➤ Qui sollicite les internautes  
➤ Pour leur expérience, voire leur expertise



**Des internautes réceptifs, mus par la  
volonté d'apporter leur aide et flattés d'être  
considérés comme sujets d'étude**

Ex. : « Votre avis, point de vue, sentiment sur le rapport des hommes à leur corps / au soin / à la beauté »



**Une posture pertinente pour comprendre les valeurs et représentations des internautes**  
➤ Par la verbalisation de ces valeurs et représentations  
➤ Par la possibilité de creuser avec les internautes les leviers et mécanismes à l'œuvre

### 3. La phase d'interaction

#### Exemple de réponse à une sollicitation dans la posture de l'étudiant en conduite de recherche en sciences sociales

Je ne me permettrai pas de répondre à la partie "philosophique" de la question, d'autres personnes plus compétentes que moi le feront surement. Par contre pour la partie pratique, pour moi au quotidien ça se traduit par des choses finalement assez simples: je me lave les cheveux tous les jours (oui je sais, d'après les coiffeurs ça sert à rien mais sinon je me sens crade et c'est moche une tignasse grasse), je fait nettement plus de sport qu'avant, je m'occupe de ma peau (c'est à dire que selon le cas je lutte contre les points noirs, que si le temps le permet je me met à bronzer dans mon jardin, et puis parfois je met une crème hydratante, ça dépend). Voilà, rien de bien extraordinaire donc au final.

En ce qui concerne mes amis, et bien je ne le leur ai pas dit, je vois pas pourquoi ils devraient le savoir. Certains ont pourtant remarqué un changement (principalement du au sport, je n'en faisait pratiquement pas avant), mais je ne me suis pas étendu sur le sujet. Disons que je me vois mal placer au milieu d'une conversation "tient au fait, quel produit tu utilises pour ta peau toi?". C'est pas une honte, c'est juste pas une conversation qui me parait naturelle, et comme le web répond à ce genre de questions bah ça me suffit.

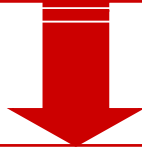
Enfin, pour te dire ce que ça m'apporte je dirais simplement que ça m'a donné beaucoup plus de confiance. Je vais nuancer tout de même: pour être exact j'ai eu un déclic un jour (en découvrant ce site et FTS), j'ai en quelques sortes "décidé" d'avoir plus d'assurance. C'était un peu artificiel au départ, je faisais un peu semblant, "pour voir", mais j'ai bien senti la différence. Les gens te remarquent plus dans la rue, ce qui entretient ta confiance et ainsi de suite. Avoir changé ma façon de m'habiller et avoir commencé à prendre soin de moi m'a permis d'enclencher le processus je pense, pour que l'assurance devienne réelle et non plus jouée comme un rôle au théâtre.

**Une réponse très argumentée, qui reprend point par point les éléments de la question, qui mobilise des moments de la vie quotidienne valant pour exemples et caution de ce qui est dit**

### 3. La phase d'interaction

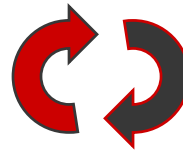
---

**Le professionnel  
du marketing**



**Le chargé d'études**

- Qui sollicite les internautes
- Pour creuser et approfondir des résultats d'étude



**Des internautes réceptifs et réactifs qui voient là une opportunité de se faire entendre par les acteurs du marché en question**

Ex. : L'étude offline fait ressortir une problématique relative à la notion de plaisir qui reste ambiguë. Le dialogue avec les internautes permet de creuser après les groupes cette problématique pour mieux la cerner.



**Une posture pertinente pour recueillir du discours sur une problématique en rendant clair le contexte et la démarche marketing**

- Démarrer une étude et la conduire avec les internautes
- Approfondir une problématique amorcée en recueil offline
- S'autoriser des relances

### 3. La phase d'interaction

---

#### **3.5 Interagir avec les internautes sur leur propre territoire pour...**

**Investiguer des territoires « sensibles » (problématiques liées aux corps) ou liés au média (problématiques liées au web)**

**Orienter la discussion sur un angle complémentaire sans perturber par une posture institutionnelle**

**Recueillir une parole très imagée et individuelle qu'on a parfois du mal à obtenir en groupe ou en entretien  
(exemples : obtenir des récits individuels porteurs d'insights publicitaires / obtenir les mots et expressions pour préparer un quanti)**

**Construire un recrutement sur une population très impliquée**

### 3. La phase d'interaction

---

#### Construire un recrutement sur une population très impliquée

Posté le 28-06-2005 à 14:04:18

Ah ? je ne savais pas que Renault me sonderait ?!

Ils devraient récolter de très bonnes notes !

Dans la liste des détails à améliorer de mon point de vue (pour la phase 2 on peut toujours rêver !!) :

- vélums du to peu pratiques,
- hayon s'ouvrant insuffisamment,
- rétros rabattables qui devraient être asservis à la coupure moteur et non à l'ouverture des portes,
- sièges de 3ème rangée obligeant à enlever complètement le tapis de fond de coffre (sur le touran je crois que c'est le dossier du siège lui-même qui fait office de fond de coffre)
- accoudoirs avant un peu bas
- pour pinailler, mettre des verins pour le capot moteur, la tige métallique ça fait pas riche
- un seuil de coffre en inox (moins fragile que le plastique)

Voilà c'est tout m'sieur Rino

Mais, je rassure les potentiels acquéreurs, ces quelques menus imperfections sont bien vite oubliées par rapport à toutes les autres qualités du scenic

Concernant la question à propos du mal de dos, je dirais que le scenic devrait être remboursé par la sécu - sans exagérer bien sûr - tellement il est confortable...

### 3. La phase d'interaction

---

#### Exemples de récits porteurs d'insights publicitaires

Posté le 21-06-2007 à 13:18:11



- 6h40: premier réveil, musique sympa qui file la pêche en réveillant doucement (genre Nemo de Nightwish 🎧)
- 6h45: portab' qui sonne pour prévenir que la chanson est finie et qu'il serait temps d'ouvrir les yeux, les oreilles et les rideaux
- 6h50: descente des escaliers, direction salle de bain, gratouillage des endroits qui gratouillent pendant le trajet 🚿
- 6h55: fin de la douche, rasage en règle à la mimine (mousse en bombe Nivea kisenbon), après-rasage "Le Mâle" de J.P. Gautier, senbon sous les bras 😬
- 7h00: remontage d'escaliers, rangement de chambre rapidos
- 7h02: redescente, direction cuisine pour petit dej'
- 7h15: fin du p'tit dej', direction salle de bain pour lavage de crocs
- 7h17: démarrage de la Wedgemobile, direction boulot de bonne humeur 🧐

### 3. La phase d'interaction

---

Posté le 21-06-2007 à 13:01:44



matin :

8:00 chat qui gueule => levage

8:01 allumer le pc s'il a pas tourné la nuit

8:02 donner la bouffe au chat

8:02:30 faire un nespresso

8:03 bouger mon troll à mouny + forum

8:15 matter deux trois forum vite fait voir si j'ai pas quelqu'un à insulter dessus

8:30 matter un épisode d'un anime

8:55 se dire merde je commence dans 5min

9:00 douche

9:15 brossage de dent, + déo + parfum mais pas de produit de beauté pour gonzesse 🚫

9:20 chercher des vêtements

9:22 se faire engueuler par sa moitié car genre foutre un treillis marpat woodland pour aller au boulot c'est mal

9:25 tenter de dégager le chat du dressing

9:35 tenter de dégager le chat du couloir de la résidence

9:40 go to taf

9:55 arrivé au taf 5 minutes avant que ça devienne un vrai retard \o/

et une fois tous les 10/15 jours me "rase" au rasoir électrique coté taille de barbe pour avoir une fausse barbe de 3 jours que les filles trouvent top 😁

*Message cité 1 fois*

# Modes d'emploi

---

## Trois exemples de scénarios performants

---

### Scénario 1

Combiner un exploratoire usages/motivations et un test de concept

Une décomposition performante entre :

- Une **phase forum** ou cahier de bord en ligne pour cerner les déterminations individuelles qui pourront expliquer les réactions aux propositions
- Une **phase de groupe off line** raccourcie pour le test
- Un dispositif qui tire le meilleur parti de la dynamique de groupe

## Trois exemples de scénarios performants

---

### Scénario 1

Combiner un exploratoire usages/motivations et un test de concept

### Avantages du traitement de l'exploratoire on line :

#### ● **Avantage méthodologique**

- La dynamique de groupe n'est pas alourdie par l'exploratoire préalable
- On interroge les usages « à proximité » temporelle et physique de leur situation
- On peut intégrer de la durée dans ces témoignages

#### ● **Avantage économique : une précision dans l'approche individuelle sans le coût d'une phase d'entretiens**

## Trois exemples de scénarios performants

---

### Scénario 2

Explorer la relation d'une cible avec un produit ou un marché (implication, connaissance, représentations) et faire un diagnostic de mix

- **Investigation netnographique** : permet d'avoir une vue sur les positions autour d'un thème, le degré d'implication, capter le vocabulaire client, comprendre la structuration de l'échantillon, et éventuellement recruter une population sur la base d'une première interaction
  - **Groupes off line** : se centrer sur les caractéristiques du mix et travailler sur des optimisations
- **Un dispositif qui tire le meilleur parti de la dynamique de groupe**

## Trois exemples de scénarios performants

---

### Scénario 3

Associer le point de vue de clients Impliqués et le point de vue de clients au profil plus classique

- **Investigation netnographique** : Internet permet de se connecter avec des gens très impliqués sur un sujet. Leur perception et leur niveau d'attente sont souvent utiles à cerner : qu'ils anticipent ceux des clients classiques ou qu'ils soient spécifiques à leur statut *d'expert*.
- **Groupes off line** : clients au profil plus classique
- **Un dispositif qui offre de nombreuses variantes, selon la façon dont on veut se servir du point de vue des Impliqués (travail préparatoire à une étude d'attentes, poursuite de discussion avec des Internautes sur un forum organisé ou en groupe off line, etc.)**