Elaboration de la Prestation Touristique Partie 3 : L'action mercatique

Chapitre 3: Les techniques d'investigation qualitative Cas d'application N°1 Le Circept de la mère de famille

Dans l'objectif d'identifier l'image que les adolescents se font de la « mère de famille », 65 d'entre eux ont été soumis à un test d'association libre. A la question : « quelle est la première chose qui vous vient à l'esprit quand on évoque « la mère de famille ? « , voici les réponses qui ont été obtenues. (c'est la première association exprimée par chaque personne qui a été retenue) :

1 - du bon pain

2 - un arc

3 - un paillasson

4 - une source

5 - un distributeur automatique

6 - un flic

7 - un tourniquet

8 - un fourre-tout

9 - un O.S. à la chaîne

10 - une huître perlière

11 - un travailleur émigré

12 - un poids lourd en charge

13 - un apprenti sorcier

14 - Robinson Crusoë

15 - un tuteur

16 - une lampe

17 - un citron pressé

18 - une fourmi

19 - une cigale

20 - un panier percé

21 - une reine

22 - un phare

23 - un amortisseur

24 - un caméléon

25 - un chef d'orchestre

26 - un ramasse-miettes

27 - un ouvre-boite

28 - un gouffre

29 - un perroquet

30 - une tentacule

31 - une ogresse

32 - un miracle

33 - une boîte à sous

34 - un aiguillon

35 - un ordinateur

36 - un moteur de fusée

37 - un puits

38 - un parapluie

39 - un garde-chiourme

40 - du papier tue-mouches

41 - une esclave

42 - une violette

43 - un feu de bois

44 - un pélican

45 - une rose

46 - une balance

47 - une rengaine

48 - un funambule

49 - une clef

50 - une porte fermée

51 - une pieuvre

52 - un vampire

53 - un piège à souris

54 - un kaléidoscope

55 - les shadocks

56 - une oreille

57 - un boy-scout

58 - un duvet

59 - un somnambule

60 - une poupée

61 - une vieille pantoufle

62 - un hérisson

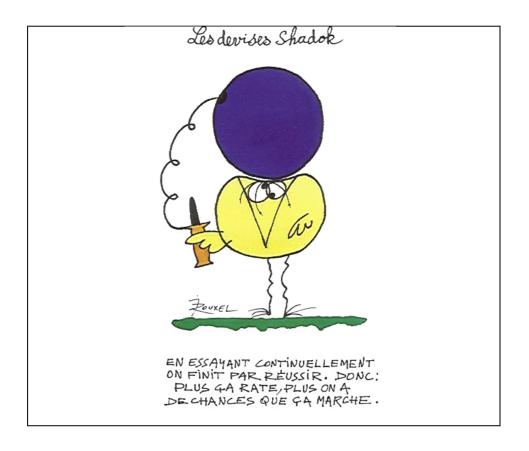
63 - un frigidaire

64 - une garde-barrière

65 - un robot.

Il vous est de demandé de procéder à l'analyse de ces réponses et d'obtenir une cartographie de l'image de la mère de famille sous forme de « Circept » ou « diagramme polaire ». Pour cela :

- Vous ferez une analyse sémantique et /ou symbolique des associations produites par les adolescents
- 2. Vous en déduirez les thèmes dans lesquelles ces différentes associations peuvent être rangées. (analyse thématique)
- 3. Vous procéderez à la répartition de chacune des associations à l'intérieur des thèmes
- 4. Vous dénombrerez le nombre d'associations par thème
- 5. Vous ordonnerez les thèmes par proximité (deux thèmes qui se suivent doivent être le plus proches possibles).
- 6. Vous construirez les axes de votre diagramme (un axe par thème). Vous y reporterez les intitulés des thèmes en respectant l'ordre établi et vous les graduerez à partir du centre.
- 7. Vous reporterez pour chaque thème, le nombre de citations relevées
- 8. Vous relierez enfin les points pour obtenir le circept de « la mère de famille » vue par les adolescents.
- 9. Quelles remarques et quelles critiques pouvez-vous faire sur ce travail.



Le circept

Le circept est un outil de représentation graphique des résultats d'une étude qualitative. A la suite d'entretiens individuels ou collectifs, le responsable de l'étude doit se livrer à une série d'analyses des enregistrements obtenus. Il cherchera successivement à :

- 1 Identifier tous les thèmes abordés par les personnes interviewées,
- 2 Dénombrer les citations faites pour chacun des thèmes au cours des entretiens,
- 3 Hiérarchiser les thèmes en les regroupant dans un ordre logique.

Une fois ces travaux préliminaires effectués, le responsable marketing construira le circept, qui est un graphique polaire.

On affecte à chaque thème préalablement identifié un des axes du graphique en respectant la hiérarchie établie (on affecte par exemple l'axe «Nord» puis on répartit les autres thèmes en tournant dans le sens des aiguilles d'une montre). Chaque axe est ensuite gradué à partir du centre du graphique.

On reporte sur chaque axe l'effectif dénombré lors de l'analyse menée précédemment, et on relie les points obtenus pour obtenir le « profil » des entretiens.

