

INFORMER ET PERSUADER

- **IL EST EXTREMEMENT IMPORTANT DE LIMITER LES REFUS À UN MINIMUM POUR NE PAS METTRE EN DANGER LA FIABILITE DES RESULTATS DE L'ETUDE. SI LES PERSONNES QUI N'ONT PAS ENVIE, SONT MECONTANTES OU QUI N'ONT PAS LE TEMPS NE SONT PAS INTERROGEES, LES RESULTATS DE L'ETUDE CORRESPONDRONT PAS A LA REALITE DANS LA POPULATION ENTIERE**
- **C'EST POUR CES RAISON QU'AUCUN MENAGE NE PEUT ETRE REMPLACE PAR UN AUTRE. LA MEME REGLE S'APPLIQUE POUR UNE PERSONNE CIBLE QUI A ETE CHOISIE POUR L'INTERVIEW MEME SI UNE AUTRE PERSONNE DANS LE FOYER EST PRETE A PARTICIPER !**

Ne vous laissez pas décourager si la personne hésite ou refuse de participer. Essayez toujours de comprendre pourquoi elle réagit ainsi. C'est seulement de cette manière qu'il vous sera possible de trouver les arguments appropriés à chaque situation. Restez en tous temps de bonne humeur et sûr de vous.

- + Rendez votre interlocuteur attentif au fait qu'il **peut refuser en tous temps** de répondre aux questions qui ne lui conviennent pas.
- + Expliquez (surtout aux personnes âgées) que les questions sont **faciles** et que vous les **aiderez** si une question ne leur paraît pas claire. Il s'agit d'une étude scientifique mais elle ne s'adresse pas seulement aux scientifiques !
- + **Evitez une rupture de la communication** entre vous et l'interlocuteur. Pour cela, vous devez être bien préparé et connaître les arguments importants. Ne provoquez pas une rupture de communication en poussant trop rapidement vers une participation.
- + Entrez en matière sur les craintes, les soucis et les critiques de l'interlocuteur et donnez lui le sentiment d'être entièrement compris („Vous craignez donc que vos données seront utilisées de façon abusive. Je comprends tout à fait mais ...“). Essayez de **tailler sur mesure votre façon de parler** et vos **arguments pour chaque interlocuteur**. Utilisez les informations dont vous disposez sur le ménage ou la personne cible (famille avec petits enfants, vieille femme seule, jeune couple peu à la maison, etc...)

- + Essayez toujours de fixer un rendez-vous précis pour un rappel.
- + **N'OUBLIEZ PAS QUE VOUS DISPOSEZ D'UN CADEAU D'UNE VALEUR DE 30.- POUR CHAQUE PERSONNE INTERROGEE (INCL. CHOIX DU CADEAU) !**

LISTE DES CADEAUX DE REMERCIEMENT

CASH (30.-)



- Argent en espèce

BO NS (30.-)



- Interflora



- Rail check CFF

DO NS CARITATIFS (30.-)



CICR

- Comité international de la Croix-Rouge



ligue suisse contre le cancer

- Ligue suisse contre le cancer



- Pro Natura



- Fondation Théodora

Manque d'information

pour qui?

- SIDOS à Neuchâtel (Service Suisse d'Information- et d'Archivage de Données pour les Sciences Sociales)
- En collaboration avec: Office Fédéral de la Statistique (Neuchâtel)
- Financé par: Fonds National Suisse pour la Recherche Scientifique
- Réalisation: M.I.S. Trend SA Lausanne

pourquoi?

- Connaître les conditions de vie et les opinions de la population vivant en Suisse ...
- ... et dans 23 autres pays en Europe, comparaison avec nos pays voisins
- Comparaison des résultats avec des enquêtes précédentes, montrer des évolutions et des changements (3ème ESS après 2002 et 2004)
- Comprendre les conditions de vie et contribuer à leur amélioration

quoi?

- 1800 interviews en face à face partout en Suisse
- Durée de l'interview: env. une heure
- Une personne à partir de 15 ans (choisie de façon aléatoire) par ménage

Informations supplémentaires:

- Numéro de téléphone gratuit chez M.I.S. Trend: 0800 800 246
- Internet: <http://ess.sidos.ch> ou <http://www.europeansocialsurvey.org>
- ESS 2004: Prix Descartes pour l'excellence dans la science en Europe

Pas le temps

- Si pas en contact avec la personne cible: la composition du ménage nécessite seulement 5 minutes! Peut-être vous n'est même pas choisi pour l'interview.
- „Je comprends que votre temps est précieux. C'est pour ça que j'ai un cadeau selon votre choix pour vous en guise de dédommagement.“
- Etre flexible et fixer un rendez-vous en fonction de la disponibilité de la personne cible (une interview peut par exemple être faite pendant la pause de midi sur le lieu de travail).
- Durant l'interview: essayer de quand même terminer l'interview; si impossible, fixer un rendez-vous pour compléter l'interview.
- L'interview prend seulement une heure. Une heure, c'est rien dans une vie !
- Quand est-ce que ça irait le mieux pour vous ? Plutôt la semaine ou le week-end ? Je peux aussi venir sur votre lieu de travail (pause de midi). Toujours proposer un rendez-vous concret
- Je me trouverai de toute façon dans la région demain. Est-ce que je peux passer chez vous ? (Eviter un Non définitif)
- Recontacter plus tard si on sent que la personne se trouve dans une situation de stress.
- Je peux aussi venir un dimanche (montre de l'engagement et crée de la confiance)
- Je vous laisse mon numéro et on regarde pour une autre fois ?
- On n'a pas tout le temps pas le temps !
- Il s'agit d'une enquête précieuse. Ce n'est pas une perte de temps.
- Moi non plus, je n'ai pas le temps ☺
- Cette interview est une heure agréable à passer.
- Insister sur l'importance de l'étude.
- Montrer de la compréhension pour des personnes stressées.

Pas d'intérêt

- Si manque d'information: → présenter ESS 2006
- „C'est l'occasion de faire valoir votre opinion et de contribuer à la prise de décision politique“
- „Je suis sûr que dans le questionnaire il y a un thème qui vous intéresse: vie active, les moments importants dans la vie, médias, politique&partis, ...etc. Laissez-vous surprendre par le questionnaire ! (proposer les questions les plus intéressantes du questionnaire : par ex. les questions sur les moments importants dans la vie)
- C'est une étude importante puisque les thèmes concernent tout le monde qui habite en Suisse.
- Pour améliorer les choses, on doit connaître l'opinion du client. Pour construire des logements de taille suffisante, on doit savoir où se trouvent les gens qui en ont besoin. C'est une enquête importante qui peut avoir des influences sur la politique.
- L'Etat aimerait connaître votre opinion. C'est l'occasion unique de faire bouger les choses !
- J'ai déjà fait beaucoup d'interviews et les gens le trouvaient toujours très intéressant. A chaque fois, le temps passait très vite. L'interview vous permet peut-être de voir les choses d'une nouvelle façon.
- Pourquoi ça ne vous intéresse pas ? → Inverser les rôles, la personne doit justifier son refus. Eviter des questions à réponses Oui/Non pour qu'une discussion puisse de développer.
- Dans des régions périphériques : Enfin on tient compte de l'opinion de votre région et pas seulement des villes !
- Je fais un indice de satisfaction.

On m'appelle tout le temps ! Que voulez-vous me vendre ? Par principe contre les enquêtes

- „ESS est une enquête scientifique qui ne sert pas à des buts commerciaux. Donc : PAS DE VENTE, PAS DE RECHERCHE DE MARCHÉ
- Montrer la lettre/brochure, le badge, parler du site Internet et du numéro de tél. gratuit
- Pas tout le monde aime se pencher sur des statistiques, mais elles sont indispensables afin d'éviter des décisions politiques fausses et coûteuses...
- ... des enquêtes scientifiques sont donc un moyen efficace qui aide économiser des coûts
- Je ne veux rien vous vendre. Bien au contraire, je vous amène un cadeau, de l'argent.
- Dans ce sondage, il ne s'agit pas de produits et de marchandises.
- Souligner le caractère officiel de l'enquête (OFS, SIDOS, Fonds National)
- Je ne viens pas d'une secte.
- Ce n'est pas une enquête de cigarettes.
- J'ai fait tout un voyage pour vous ! Ce n'est pas juste un simple appel téléphonique !
- J'ai le même problème que vous. Moi aussi, on m'appelle tout le temps pour de la vente. Je comprends votre réaction.
- Il s'agit d'une enquête sérieuse qui a déjà lieu pour la troisième fois. De plus, elle a gagné un prix européen pour l'excellence dans la science, en devançant même des projets dans la physique ou la médecine.

Remplacez le ménage / la personne cible

- IMPOSSIBLE: Vous et votre ménage représentez des milliers d'autres ménages et personnes dans la même situation et avec les mêmes avis.
- Si nous renoncions à interroger les ménages/personnes qui n'ont pas envie ou pas le temps, notre enquête montrerait uniquement les opinions des gens qui ont beaucoup de temps et qui sont contents. Notre but est pourtant de connaître l'opinion de toutes les personnes vivant en Suisse.
- Mais je ne peux pas faire mon travail si tout le monde veut être remplacé par quelqu'un d'autre !
- Dans ce sondage, vous représentez votre région, votre canton, les personnes avec animal domestique ... etc.
- Vous êtes choisie ! Vous devriez jouer au Lotto cette semaine avec la chance que vous avez !

D'où avez-vous mon adresse?

- L'Office Fédéral de la Statistique l'a tiré de façon aléatoire dans le bottin téléphonique.
- Le but est que toutes les régions en Suisse, les groupes linguistiques, les différents âges, les styles de vie soient représentés avec leurs opinions dans l'enquête.

Manque de confiance / Raisons de protection de données

- Si méfiance; montrez votre badge d'enquêteur, référez-vous à la lettre préliminaire (incl. la brochure), le numéro de tél. gratuit et le site Internet
- M.I.S. Trend est un institut de recherche indépendant et est soumis à des règles de protection de données très strictes (brochure Swissinterview)
- Le SIDOS et l'Office Fédéral de la Statistique ont également des règles de protection de données très strictes et M.I.S. Trend s'est engagé à les respecter
- Vos réponses sont séparées de votre adresse et il ne sera pas possible de lier vos réponses à votre personne
- Toutes les analyses seront faites de manière statistique et anonyme: par ex. 63% des familles monoparentales reçoivent une aide financière de la part de leur parenté
- Dans mon contrat de travail, en tant qu'enquêteur, il y a un paragraphe sur la protection des données et je risque mon emploi au cas de non respect.
- Le SIDOS n'est lié ni à la police ni à l'administration des impôts et ne transmet pas de données.
- A la fin de l'interview : éventuellement montrer à l'écran dans la fenêtre des adresses que le ménage interrogé n'apparaît plus et les données ne peuvent pas être manipulées par l'enquêteur.
- M.I.S. Trend a besoin de votre adresse pour contrôler mon travail comme enquêteur, ou par ex. pour vous envoyer la quittance de votre don caritatif.
- Si M.I.S. Trend ne respectait pas la protection des données l'entreprise aurait fermé ses portes depuis longtemps. Or elle existe depuis presque trente ans.

Age / maladie

- Montrer de la compréhension et évaluer la situation
- Des personnes âgées se sentent souvent pas capables (même si ce n'est pas vrai) de répondre à une interview. Réduire les craintes et dire que le questionnaire est facile et que vous pouvez leur aider durant l'interview, expliquer des questions difficiles
- Des personnes âgées et seules apprécient souvent le contact humain d'une interview
- Si problème de santé: si pas chronique → faire un rendez-vous pour faire l'interview plus tard
- Beaucoup de sondages commerciaux connaissent des limites d'âges supérieures → Enfin une enquête qui n'exclut pas les personnes âgées !
- La population en Suisse vieillit de plus en plus. Il est donc très important de connaître l'opinion des personnes âgées.
- Nous nous intéressons à votre opinion. Nous ne voulons pas tester vos connaissances.
- Je suis sûr que vous avez quelque chose d'intéressant à me raconter.

Stratégies et astuces en général

- S'habiller en fonction de l'environnement (par ex. : ne pas s'habiller de façon élégante en campagne, plutôt choisir des chaussures et pantalons « simples »)
- Adapter le ton à la situation (par ex. : parler lentement et avec une prononciation claire aux personnes âgées)
- Savoir écouter
- Essayer d'avoir une autre personne dans le ménage comme allié qui vous aide à convaincre la personne cible.
- Reculer d'un petit pas quand la porte s'ouvre pour ne pas faire peur à la personne à la maison.
- Regarder en direction de la personne et ensuite commencer à parler
- Un sourire et le meilleur argument !
- Ne pas commencer les phrases avec « Je... » mais par « Vous... » → la personne se sent pris au sérieux et importante

- Toujours essayer de faire la composition du ménage ce qui permet ensuite de s'adresser directement à la personne cible.
- Ne pas porter le PC sur les bras ! Ca fait représentant de commerce
- La lettre et la brochure à portée de main (dire que votre visite était annoncée)
- Lors d'un contact ultérieur : dire que des interviews manquent encore et qu'on a besoin de leur aide. Je vis des sondages !
- Faire semblant d'accepter que la personne refuse mais papoter encore un petit peu → crée une bonne ambiance pour un deuxième essai après avoir discuté la météo par ex.
- Toujours se présenter personnellement (crée un capital de confiance)
- S'il y a des animaux domestiques : les caresser (dépendant de l'animal ☺), leur parler
- Les 30.- de cadeau sont supérieurs à la somme que vous payez par vos impôts pour le financement de l'enquête. Vous vous trouvez dans une situation gagnante !
- Attention. Parfois, l'argument du cadeau ressemble trop à une démarche de vente → ne pas commencer avec celui-ci
- Dans des petits villages : s'annoncer dans l'épicerie, l'administration communale ou à la Poste. On est surveillé.
- Toujours avoir la lettre à porte de main. Rien que pour attirer la curiosité de la personne qui ouvre la porte
- Laisser une carte de visite avec un petit mot dans la boîte aux lettres si personne n'est à la maison.
- Toujours s'intéresser à la personne.
- Quand la porte s'ouvre, faire un (petit) pas en arrière. Cela évite qu'une personne perçoive la démarche comme agressive.
- Toujours rester calme.
- Dans des grands immeubles avec une porte d'entrée fermée en bas : Sonner deux fois comme le facteur. Sonner chez un autre ménage que celui à contacter pour entrer dans le bâtiment. On sonne ensuite directement à la porte du ménage cible.

European Social Survey 2006

Briefing Interviewer



Tagesablauf Déroulement de la journée

Matin / Vormittag

- ESS 2006 (SIDOS)
- Remise matériel /
Materialverteilung
- Organisation terrain /
Feldarbeit
- Pause
- Informer et persuader /
Informieren und Überzeugen

Après-midi / Nachmittag

- Manipulation PC
- Manipulation SMS +
CAPI Exercice / Übungen
SMS
- Pause
- Questionnaire /
Fragebogen
- Questions / Fragen



Aussi longtemps qu'un ménage ne peut pas être contacté vous devez:

- **au moins effectuer 5 tentatives de contact en face à face**
- Ces tentatives de contact doivent avoir lieu **sur env. deux semaines** et lors de **jours de semaine et heures variés**
- Au moins une tentative de contact doit avoir eu lieu **le soir** (après 18 heures) et une tentative lors d'un **weekend** avant qu'un ménage puisse être définitivement déclaré comme non-réponse



INFORMER et Persuader

pour qui?

- SIDOS à Neuchâtel (Service Suisse d'Information- et d'Archivage de Données pour les Sciences Sociales)
- En collaboration avec: Office Fédéral de la Statistique (Neuchâtel)
- Financé par: Fonds National Suisse pour la Recherche Scientifique
- Réalisation: M.I.S. Trend SA Lausanne & Berne



INFORMER et Persuader

pourquoi?

- Connaître les conditions de vie et les opinions de la population vivant en Suisse ...
- ... et dans 23 autres pays en Europe, comparaison avec nos pays voisins
- Comparaison des résultats avec des enquêtes précédentes, montrer des évolutions et des changements (3^{ème} ESS après 2002 et 2004)
- Comprendre les conditions de vie et contribuer à leur amélioration



INFORMER et Persuader

quoi?

- 1800 interviews en face à face partout en Suisse
- Durée de l'interview: env. une heure
- Une personne à partir de 15 ans (choisie de façon aléatoire) par ménage



INFORMER et Persuader

Informations supplémentaires:

- Numéro de téléphone gratuit chez M.I.S. Trend: 0800 800 246
- Internet: <http://ess.sidos.ch> ou <http://www.europeansocialsurvey.org>
- ESS 2004: Prix Descartes pour l'excellence dans la science en Europe



INFORMER et Persuader

LISTE DES CÂDEAUX DE REÂMERCIEMENT

CASH (30.-)



- Argent en Suisse

BONS (30.-)



- Inceffere



- Rail suisse CFF

DONS CARITATIFS (30.-)



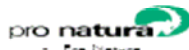
CICR

- Comité international de la Croix-Rouge



Ligue suisse contre le cancer

- Ligue suisse contre le cancer



pro natura

- Pro Natura



Fondation Theodor Koller

- Fondation Theodor Koller



BONNE CHANCE!

M.I.S
TEND