

Avis & Satisfaction online

Quels indicateurs pour connaître l'expérience de vos visiteurs ?

Marine Lagasse, PhD

Méthodologie d'enquêtes sur l'expérience des usagers-visiteurs



DEPENDENT BOOKSELLERS

How to Sincerely Kill Yourself and Others in America
Kiese Laymon

Wonders of the
United States by
L. Johnson

Planet
works

Topics
of
Conversation

LEAVE
THE WORLD

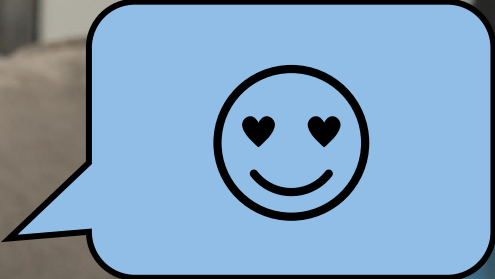
TRANSCENDENT















Qualitatif





Qualitatif



Quantitatif



Sujet de recherche

- Intérêts et défis de chaque approche

Google

 tripadvisor®



Booking.com

yelp. 

Sujet de recherche

- Intérêts et défis de chaque approche
- Combiner qualitatif et quantitatif

Google

 tripadvisor®



Booking.com

yelp. 

Sujet de recherche

- Intérêts et défis de chaque approche
- Combiner qualitatif et quantitatif
- Métrique de la « satisfaction globale »

Google

 tripadvisor®



Booking.com

yelp. 

Sujet de recherche

- Cas d'étude : visite libre au musée
- Résultats associés au terrain
- Soulignent des points essentiels



Satisfaction globale : Net Promoter Score

Sur une échelle de 0 à 10, recommanderiez-vous notre *service* à un(e) ami(e) ou un(e) collègue ?

Pas du tout probable

Extrêmement probable

0

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Points d'attention

- Pas toujours une différence significative
- Questionner l'indicateur la « satisfaction globale » selon le contexte
- Tester des indicateurs plus précis pour décrire une expérience spécifique

Questions fondamentales

- Que cherchons-nous à connaître ?
 - Quelle partie de l'expérience ?
 - Un ressenti ? Une pratique ?
 - ...
- Pourquoi ? Que souhaitons-nous en faire ?
 - Améliorer sa réputation ?
 - Justifier son action ?
 - Adapter l'offre ?
 - ...

Questions fondamentales

- Que cherchons-nous à connaître ?
- Pourquoi ? Que souhaitons-nous en faire ?

Merci pour votre attention !



[LinkedIn/marinelagasse](https://www.linkedin.com/in/marinelagasse)



[researchgate.net/profile/Marine-Lagasse](https://www.researchgate.net/profile/Marine-Lagasse)