

ENQUÊTE DE VOISINAGE

"...on fait du porte-à-porte un peu au hasard..."
"...on sort de notre terrain pour explorer les alentours..."

Faire la **tourné** des parties prenantes ;
entendre les témoins des usages ;
écouter chaque points de vue différents
avant de les confronter...

REPÉRAGE DES LIEUX

"...on doit aller voir sur place pour se rendre compte..."
"...on sillonne systématiquement le quartier pour
se faire notre idée..."

Ne pas se fier qu'aux intermédiaires,
aux récits ou aux photos mais **aller sur place** ;
observer le contexte ; rentrer dans les
bureaux pour s'imprégner du "genius loci"
et mieux appréhender la situation.

PRISE EN FILATURE

"...je viens avec vous et vous n'avez
qu'à dire que je suis une stagiaire
en observation..."

Observer de loin sans s'impliquer ;
accompagner la personne partout,
la suivre dans toutes ses démarches ;
se laisser "trimballer" sans à
priori pour voir où ça mène ;
analyser ensemble après coup...

FAIRE LE TOUR DES INFORMATEURS

"...on cherche à obtenir des informations
non censurées, les non-dits, les tabous..."

Questionner les personnes que l'on connaît
bien, avec qui on est en confiance ;
**leur demander leur avis sur une situation
pour obtenir des clés de lecture, de com-
préhension d'un problème**

RECONSTITUTION DES FAITS

"...on reconstitue la scène et on fait comme si..."

Reconstituer la situation ou le processus de la
manière la plus fidèle ; jouer le jeu du
"faire semblant" pour **vivre d'abord
l'expérience jusqu'au bout avant de l'analyser
et d'en tirer des enseignements...**

INFILTRER LES TERRAINS

"...on se fond dans la masse
pour écouter ce qui se dit..."
"...on fait l'expérience de l'utilisateur..."

Participer en anonyme ; s'arranger pour passer
inaperçu, **faire comme si on était un utilisateur** ;
écouter et noter sans poser de question
entre ethnographie et le *mystery shopping* ...

APPEL À TÉMOINS...

"... on rassemble des témoignages sensibles,
des points de vues atypiques,
des retours inspirants d'utilisateurs..."

Faire savoir le plus largement possible que
vous menez une enquête afin de **collecter
des récits et des témoignages qualitatifs d'utilisateurs**
pour enrichir vos recherches.

VÉRIFIER LES ALIBIS

"...ne vous formalisez pas si on vérifie,
c'est la procédure..."

Regarder si ce qu'on nous a dit est juste ;
confronter le "déclaratif" avec les faits ;
**remettre en cause la question, la définition
du problème systématiquement**, par principe
pour déjouer les incompréhensions,
les a priori, les non-dit...

SOUPÇONNER DES PROBLÈMES COMPLEXES

"...on cherche plusieurs points de vue sur la question..."
"...il n'y a jamais une seule cause
à un problème complexe..."

**Ne vous contentez pas d'une seule explication ;
tout est multi-causal** ; à chaque problème
trouver au moins 3 niveaux d'interprétations
différents pour avoir une lecture la plus
complète possible de la situation...

FICHE PARTIE PRENANTE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



FLAIRER DES PISTES

"...on note les idées qui viennent en cours d'enquête..."
"...on se libère l'esprit pour faire de la place
pour d'autres idées..."

Noter les idées sans les discuter ;
s'autoriser des intuitions même en tout début
d'investigation pour ne pas perdre
les inspirations spontanées du terrain.

ÉLABORER DES PORTRAITS-ROBOTS

"...on construit des profils
d'utilisateurs typiques..."

Identifier la typologie d'utilisateurs, décrire avec
précision les traits caractéristiques de ces utilisateurs,
mettre en valeur ce qui les distingue les uns des
autres pour mieux prendre en compte les besoins
spécifiques de chacun.

SOUMETTRE DES HYPOTHÈSES

"...est-ce que cette idée vous parle ?"
"...et si la solution ressemblait à ça, ou ça...?"

Présenter des hypothèses, les étaler sur
la table ; écouter les réactions spontanées ;
discuter chaque idée retenue ou rejetée ;
**pré-identifier les directions prometteuses
à suivre.**

CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE



CARTE-MÉTHODE

