

Etudes et Diagnostics en Marketing

TD

Directives pour mener l'analyse thématique des entretiens

Master 1

G. de Lanauze

IAE - Université Montpellier

Rappel du cadre

- Le principe du cas: les conditions du réel
- Information et conseil à destination d'un acteur du marché
- Une étude qualitative:
- Une démarche exploratoire

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

2

La méthodologie

- Rappel des principes généraux:
- Le choix des entretiens individuels semi-directifs: le principe de l'entretien en profondeur
- Le principe de la variété des répondants (et non de la représentativité au sens statistique)
- Le principe de l'épuisement sémantique (saturation des données)
- Description de l'échantillon (profils différents)

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

3

Les entretiens

- Un échantillon qualitatif de minimum 6 individus selon le principe de la variété et idéalement de la saturation sémantique
- Réalisation des entretiens Suivi du guide
 - Retranscription écrite fidèle
 - En profondeur,
 - Relances,
 - Objectif: corpus riche
- Echanges des entretiens pour constitution du corpus (matériel constitué des textes des entretiens, et objet de l'analyse):
- Objectif de profondeur et de richesse du matériel obtenu

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

4

L'analyse thématique

- Objectif de l'analyse thématique:
- 1. Identifier toutes les idées et toutes les informations contenues dans le corpus permettant la compréhension du phénomène étudié
- 2. En extraire du sens :
 - passer du niveau individuel et particulier au niveau conceptuel
 - Identifier les thèmes et sous-thèmes (variables, facteurs, catégories) permettant de décrire le phénomène
 - Proposer des hypothèses et des modèles généraux permettant de l'expliquer

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

5

Etapes de l'analyse

- Lecture flottante
- Identification des premiers thèmes
- Lecture approfondie, entretien par entretien
- Décryptage et identification de nouveaux thèmes et sous-thèmes
- Construction de la grille d'analyse :
 - Construction au fur et à mesure de la lecture, les thèmes doivent s'étoffer par ajout successifs
 - Utiliser une grille Excell
 - Pas de recours à des sources externes (interprétation abusive)

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

6

Conceptualiser les discours (exemple)

Extraits du discours / verbatim

Thème/concept

"during lockdown I started cooking way more, it completely increased." (Resp X)



Theme: Behavior change
Sub-theme: home cooking increase

"I also started going food shopping a lot more and buying more ingredients, ." (Resp X)



Theme: Behavior change
Sub-theme: increase purchase of food products

Etc...

À placer dans la grille

Master 1 - 2026 / 2027

7

Coder les éléments du discours

Qu'est ce que ce verbatim nous dit? Que signifie-t-il? A quoi il est relié? Qu'est-ce qu'il exprime?

Food was always a complicated topic for me, coming from a small city to a big city like Antwerp, I was really excited about the food offerings. I tried to get out a lot so I was at the restaurant all the time but during lockdown I started cooking way more, it completely increased. I also started going food shopping a lot more and buying more ingredients, experimenting way more with my cooking as a way to pass the time and a hobby. I cooked a lot with my roommate. started eating more regularly breakfast, lunch, dinner and snacks on a regular basis which was a very nice change. Also, food became more of a social experience in a sense that, as we shared the kitchen in the student housing we were of course allowed to eat together and always did, especially dinners as they were always an event (we would be cooking, eating, dancing, having fun, recreating new recipes.). My roommate Rajel and I tried recreating the Chinese recipes we usually ordered at the restaurant before the lockdown.

etc

Master 1 - 2026 / 2027

8

La construction de la grille : ce n'est qu'un exemple

Thèmes	Sous-thèmes/dimensions	Verbatims
Thème 1 Caractéristiques associées	Traits de personnalité •Hautaine •Mépris •etc	« Blablabla... » (Interview 1) (ou Clément, 24 ans) Blablabla... (interview 7)
Thème 2 Attributs de marque	•Chère •etc	Blablabla...
etc		

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

9

THEMES	SOUS THEMES - CATEGORIES / DIMENSIONS	ENTRETIENS CONCERNES	VERBATIMS
Achat en ligne	oui	10; 11; 12; 13; 16; 17; 18;	SITES VISITES
Catégories achetés en ligne	non		Amazon(20), Free(20),
	Livres	10; 14; 16;	oldicourt (24)
	chaussures	11; 13; 14; 17;	Providence(20) (11) Zalando (14, 17.)
	vêtements	11; 13; 14; 15; 16; 17; 18;	amazon (13) Zara (13, 14) deved, Jules, celio, kiabi
	produits high tech	11; 12; 14;	amazon (11, 12)
	electronique	11; 13; 15;	
	TOUT/N'APORTE RIEN	11; 12; 13; 16; 18;	allergies (11, 16); Amazon (11; 12; 13; 16; 18.); Ventedirect.com (11, 15);
	produits de marque	12; 13; 16;	Shoosongr(11, 16) l'enducosmese (13)
	services	12;	Blablar (12) AirBnB (12)
	cosmétiques	13; 16;	
	épicerie, alimentation, produits bio	13; 16; 18;	chronodrive (16); greenweee (18)
	pinxus, pièces détachées voitures,	14; 15;	moiter auto (16)
	décoration, meubles	14; 15; 16; 18;	regardez (16) Ikea (18)
	articles de sport	15;	Amazon (15)
	smartphones, abonnements	17;	oldicourt (15)
	jeux, films,	15;	
THEMES	SOUS THEMES - CATEGORIES / DIMENSIONS	ENTRETIENS CONCERNES	VERBATIMS
Déroulement des achats en ligne	connaissance des sites	10;	
	connaissance préalable des produits	10;	
	connaissance des procédures en ligne	10; 12;	Après c'est sûr qu'il faut maîtriser un minimum internet, j'imagine que
	renseignement d'informations personnelles	10;	
	pratique du shopping (évoque spontanément)	10; 13; 16;	
	recherche d'information en ligne, navigation	10; 13;	
	attente impatiente	11;	
	habitude	11;	
	habitude sur le site	11;	

ETC... à poursuivre au fil de la lecture

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

10

La grille d'analyse

- Identification par thème de toutes les évocations
 - A partir de la lecture approfondie, progressive, phrase après phrase
 - Remplissage au fil de la lecture
 - Regroupement des verbatims autour des évocations similaires
 - Ajout de nouvelles évocations au fil de la lecture
- Analyse et regroupement conceptuels des sous thèmes

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

11

Les verbatims

- Les verbatims sont la preuve de l'existence de l'argument dans le corpus,
- Les verbatims sont l'illustration de la bonne interprétation du résultat
- Ils doivent être retranscrits in extenso, entre parenthèses et en italique, et l'entretien concerné référencé pour pouvoir le retrouver facilement en cas de questionnement
- Ils doivent apparaître dans la présentation des résultats

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

12

Les résultats

- Les résultats constituent l'essentiel des rendus
- Ils doivent porter sur les informations demandées, objets de l'étude:
 - Ils doivent être précis et détaillés
 - Structurés et hiérarchisés
 - Exhaustifs
 - Justifiés et illustrés (verbatim)
- En aucun cas ils ne doivent être présentés comme des résultats quanti:
 - Pas de pourcentages sur trois personnes, ni même sur trente
 - Pas de camemberts ni d'histogrammes

Les résultats

- Ils doivent reprendre point par point et pas à pas l'ensemble des thématiques investiguées
- Ils doivent mettre à jour le moindre détail d'information, aucun élément n'est a priori anodin
- Leur présentation doit être structurée et lisible au premier coup d'œil:
 - Utiliser les titres pour les faire ressortir
 - Utiliser les sous-titres et un paragraphe explicatif pour approfondir détailler chaque élément ou modalité d'un résultat
 - Illustrer systématiquement toute assertion par un verbatim adéquat
 - Ne pas hésiter à utiliser des artifices de présentation pour mieux faire ressortir les liens et les logiques

La présentation des résultats

- A partir des résultats bruts, l'objectif est ensuite de proposer une compréhension structurée de la problématique et des résultats:
- Cela peut prendre les formes suivantes:
- Identification des variables/facteurs/dimensions,
- Catégorisation,
- Modèle conceptuel explicatif,
- Proposition d'hypothèses,
- Graphiques perceptuels,
- Etc...
- Ces propositions demanderont à être validées ensuite par des études confirmatoires quantitatives

Les recommandations (pas obligatoire ici)

- Elles doivent découler uniquement des résultats de l'étude
- Elles doivent être présentées avec précaution:
 - Ton non péremptoire
 - Justification issue des résultats
 - Ce sont plus des propositions, ou des avis
 - Elles ne doivent pas être sur-prometteuses (pas de yaka qui sortirait juste de la tête du chargé d'étude)
 - Elles ne doivent pas empiéter sur les prérogatives de l'entreprise (sauf si la question est ouvertement posée, et dans ce cas, à nouveau précautions à prendre)
 - Elles peuvent tout-à-fait être non consensuelles

Les limites

- Certaines limites peuvent être d'ordre méthodologique et doivent alors être justifiées:
 - Choix initiaux
 - Budgets disponibles
 - Éléments nouveaux issus du contexte ou de l'étude elle-même
- On n'a pas à s'excuser d'avoir fait un quali et non un quanti
- Certaines limites peuvent tenir au fond:
 - Difficultés d'aborder certains sujets
 - Difficulté d'interpréter certains déclaratifs
 - Rejoignent souvent des problèmes de méthode

La présentation générale des rendus

- Les rendus représentent le service apporté et facturé par l'agence
- Ils sont souvent introduits et résumés par un executive summary
- Ils doivent apporter réponse à toutes les questions posées (sinon l'étude a été mal faite)
- Ils doivent absolument être:
 - Clairs
 - Crédibles
 - Structurés
 - Hiérarchisés
 - Visuels
- Ils peuvent ouvrir sur des demandes d'approfondissement
- Ils peuvent conclure sur des « next steps »

Rappel: le plan du rapport (et de la présentation)

1. Introduction: Contextualisation et objectifs de l'étude
2. Présentation de la méthodologie:
 1. Choix de l'approche
 2. Population étudiée
 3. Mode de construction de l'échantillon
 4. Composition de l'échantillon
3. Résultats (le gros du rapport)
4. Discussion, recommandations éventuelles
5. Conclusion, limites et pistes pour de futures études

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

19

Annexes

- Exemple d'un extrait d'une grille d'analyse
- Exemple d'une page de présentation des résultats dans les rendus et de possibilités de représentations graphiques proposant des pistes de généralisation au niveau conceptuel
- Attention : ce ne sont que des exemples à ne pas prendre forcément comme modèle. Trouvez ou construisez des modes de présentations adaptés à vos propres résultats

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

20

Repères temporels objectifs	Extrait	Enoncé (résumé du verbatim)	Rubrique (codage pour décrire les faits)	Catégorie
	En fait j'ai l'impression que j'étais assez rigide lorsque dans le sens où je faisais des choix de végétarisme quand j'étais encore chez mes parents. « crise » je sais pas, mais vers 15 ans j'ai eu un bouquin, je suis tombé là-dessus et j'étais assez d'accord avec ce qui était ce bouquin, ça ne traitait pas uniquement du végétarisme mais de la façon de manger. « L'association alimentaire » ça je n'ai pas, en fait je pense c'était la première fois que j'avais vu ça. Ensuite c'était des recettes, commençons par les fruits, ça se dégage beaucoup plus vite de la viande et pas l'inverse où le fruit a tendance à... à attendre la digestion de la viande avant d'être digérée, donc j'ai eu un ordre à respecter.	À la fin des informations (un livre en particulier) ont cherché la vision de l'alimentation	Envie d'avoir l'alimentation de la vision de l'alimentation	
	Et en fait, quand j'étais ado, en fait j'ai eu un certain nombre de reportages qui me me plaisaient énormément, pas, sur la souffrance animale.	Avec des vidéos sur la souffrance animale	Transition de point de vue orientant vers un régime végétarien	
	Où, et donc vraiment il y a eu, par exemple dans ce reportage... le lendemain après ce reportage tu as décidé de ne plus manger de viande ? LES reportages quand même, il y a bien eu des dizaines de reportages. Où, les reportages, mais c'est toi qui as été les chercher ou les reportages du coup ? Où, il y a eu toute une période, quand j'étais ado, où j'étais attiré par la souffrance d'abord la souffrance des... De tous. C'est l'époque ? Où, comme une attitude négative. Il y a peut-être il y a regardé aussi, regardé car c'était sur tout... la souffrance que l'homme pouvait subir, faire subir aux animaux et aux hommes. Donc à ce moment-là j'ai dit « non, tout simplement j'ai pas envie de participer à ça ». Il y a eu que sur l'alimentation que tu as changé des choses ou sur d'autres choses ? Non il n'y a que sur l'alimentation... Non.	Questionnement sur la souffrance animale	Prise de conscience de la souffrance animale	
~15 ans	c'était assez extrême et du jour au lendemain j'ai dit « non », donc au grand... à la grande déception de ma mère qui, évidemment, elle, était plus nourritrice comme tout le monde, au moins une viande par jour ou un poisson, ce que je faisais depuis l'âge de... de zéro à 15 ans quoi.	Passage à un régime végétarien		
	On peut en parler aussi, dans ça j'ai travaillé à la maison, bon mon père il s'en foutait un peu mais ma mère pas du tout, parce qu'en plus c'est elle qui faisait à manger...	Réticences de la part de sa mère car cela lui compliquait la tâche	Entourage qui est en désaccord	Entraves au régime végétarien

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

21

Rapport au cheval en tant qu'animal

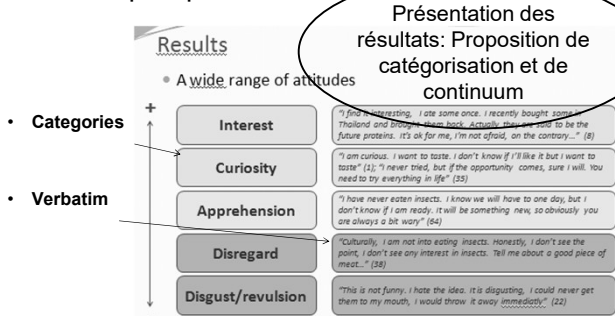
- **Sous-thème 1 : Représentations du rapport à l'animal**
 - **1 – Relation du cheval à l'homme**
- Présentation des résultats: Identification des thèmes et sous-thèmes
- Une relation ancienne et particulière
 - « Le cheval, un animal complexe, un peu mythique, qui a toujours fasciné les hommes. Dans les écrits de Lascaux, l'animal le plus représenté, c'est le cheval. Donc c'est un attachement entre l'homme et le cheval qui date de plusieurs dizaines de millénaires » (Romuald)
 - Le cheval, meilleur ami de l'homme
 - « Le cheval, on dit que c'est l'un des meilleurs amis de l'homme, donc c'est vrai que quand tu manges du cheval, tu peux penser à ça aussi » (Christophe)
 - Un animal comme les autres
 - « J'aime les chevaux, mais enfin pour moi, c'est un animal comme les autres » (Philippe)

Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

22

Autre exemple de présentation:



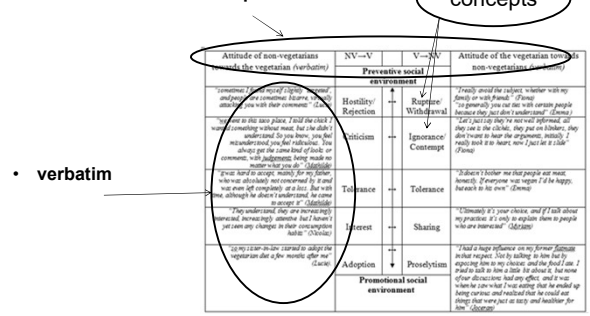
Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

23

Organizing the result presentation: another example

Structuration des concepts



Marketing - Etudes et diagnostic
G. de Lanauze

Master 1 - 2026 / 2027

24

Organizing the result presentation: another example

- **Proposition d'un modèle conceptuel**

```

graph BT
    A[Perceived opposition between the society and the community] --> D[Strong perceived opposition between the society and the community]
    B[Perceived opposition between the society and the community] --> D
    C[Perceived opposition between the society and the community] --> D
    E[Perceived opposition between the society and the community] --> D
  
```

- **Verbatim correspondants**

[illegible]