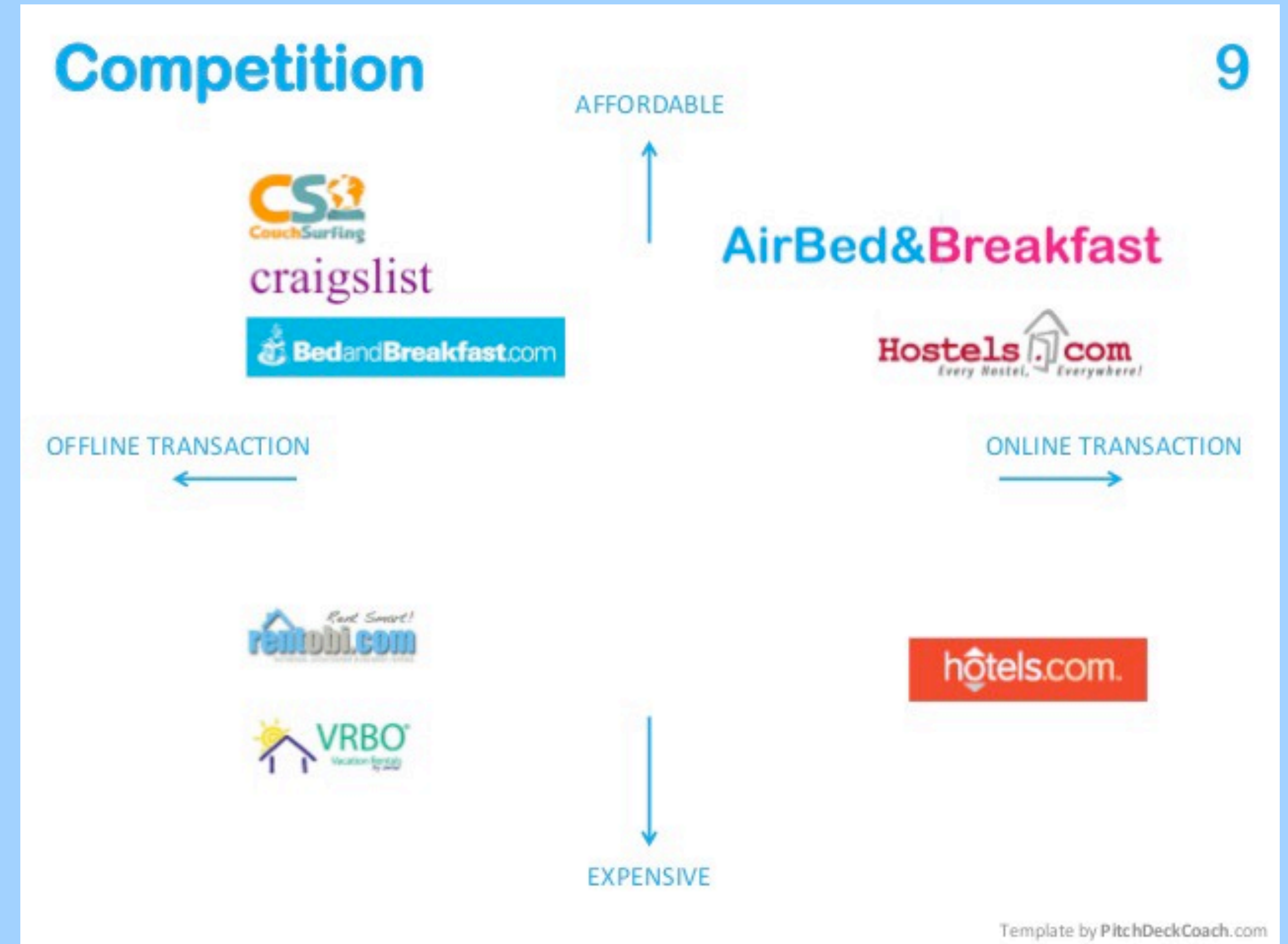
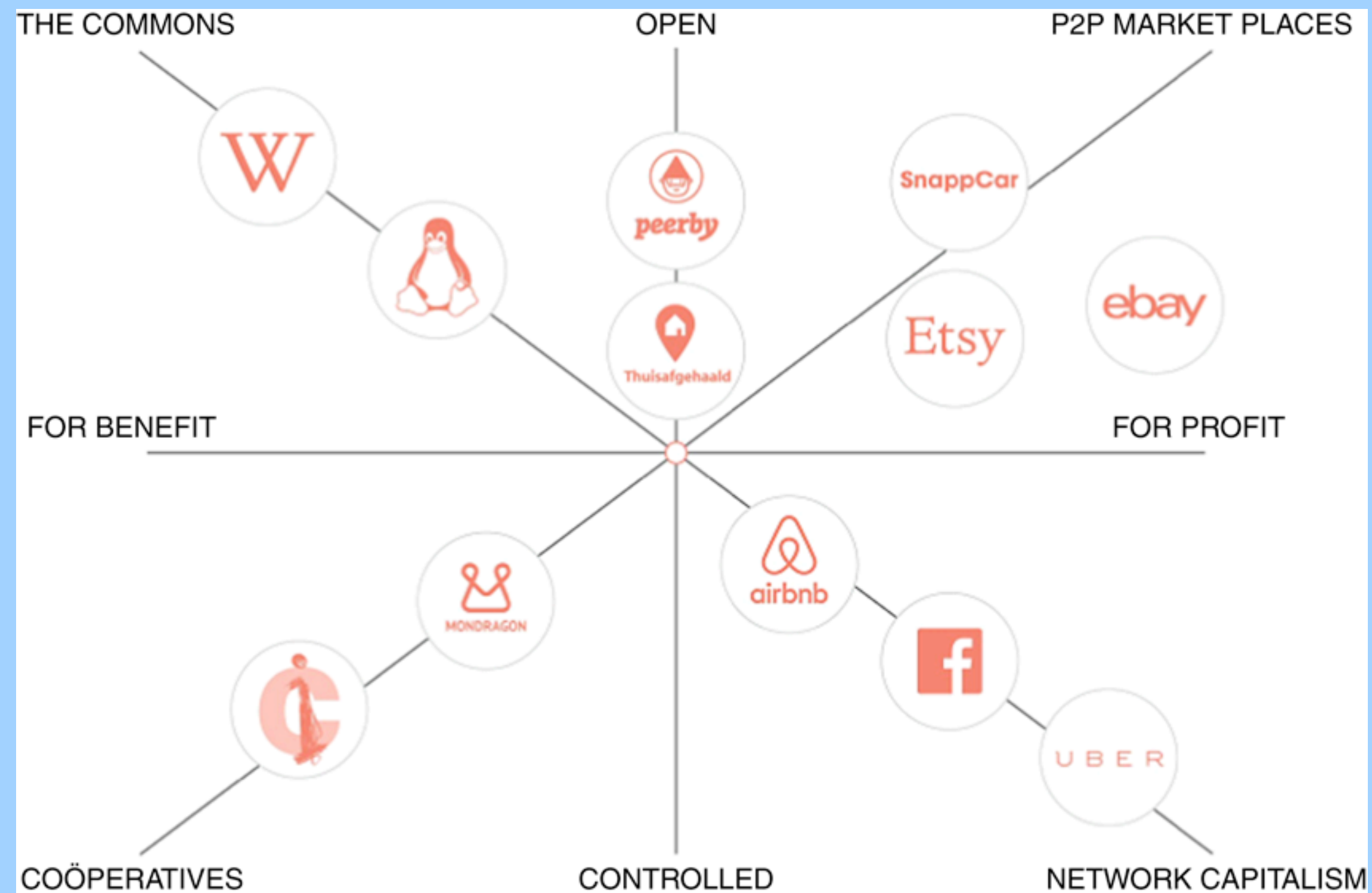


méthodes de recherche dans l'entreprise

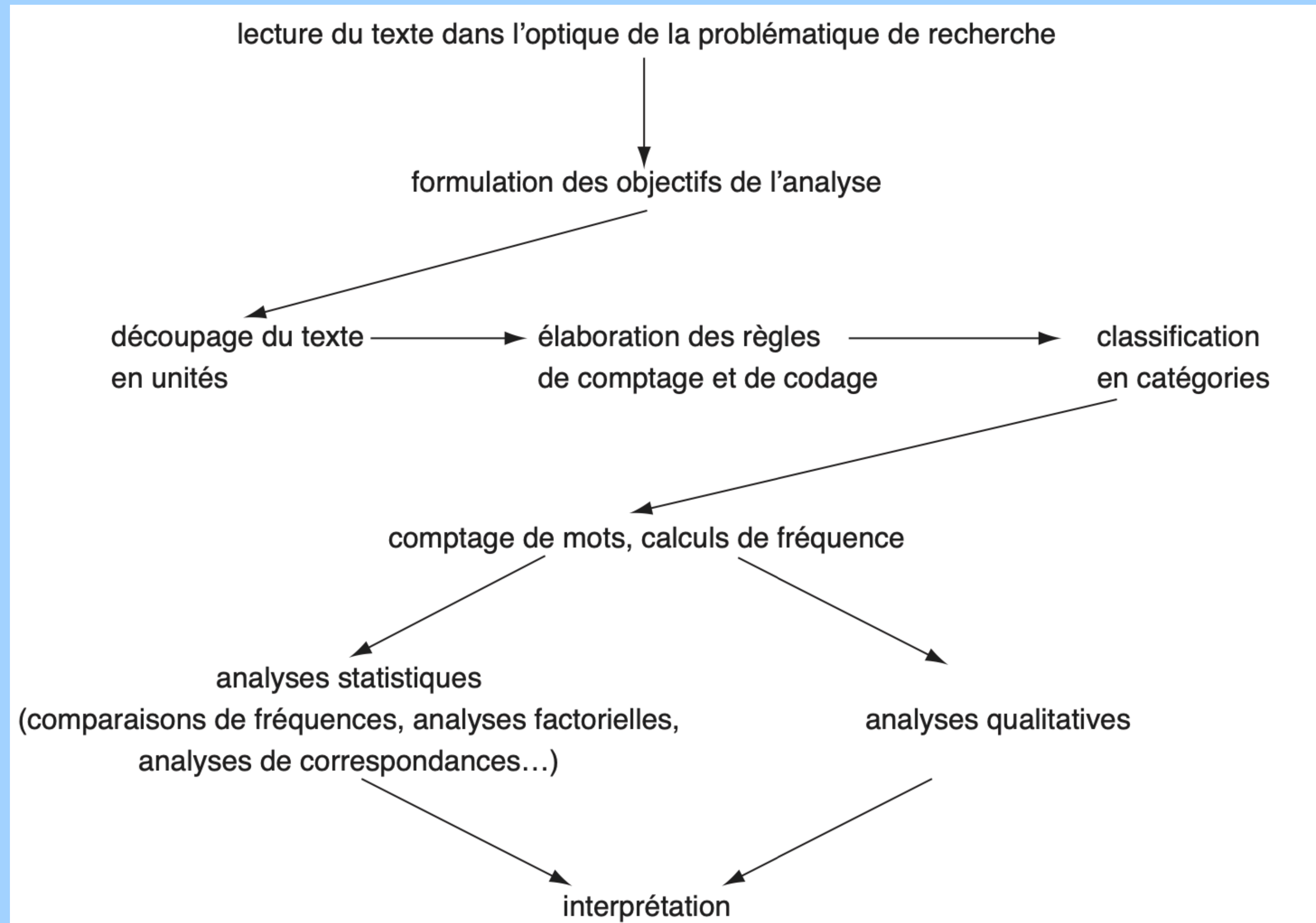
Federico Biggio

DMA4EDD5 – 06 janvier 2023 h. 9-15

analyse concurrentielle



analyse du contenu



analyse du contenu

objectives	objet d'analyse	question	utilisation
produire des inférences sur les antécédents de la communication	diffuseur	Qui ? Pourquoi ?	critique des sources, profilage sociographique des individus applications militaires/de renseignement/forensiques/juridiques : construction de preuves
décrire et produire des inférences sur des traits de communication spécifiques	canal, message, destinataire	Comment ? Quoi ? À qui ?	analyse technologique analyse du style de communication, du ton, du registre ; tendances et questions à l'ordre du jour, corpus de référence, critique des sources (authenticité pragmatique) corrélation entre les caractéristiques du destinataire et le contenu du message / modèle de lecteur
produire des inférences sur les effets de la communication	destinataire	avec quels effets ?	analyse de lisibilité fonction conative et techniques de persuasion analyse des effets des médias

analyse concurrentielle

Forces

- Capacité d'innovation
- Leadership : croissance, part de marché
- Qualité : taux de satisfaction sur produit
- Compétitivité : commerciale, technologique, etc.
- Coûts fixes bas
- Employés hautement qualifiés
- Etc.

Faiblesses

- Faible capacité financière
- Faible notoriété, image de marque
- Déséquilibre du portefeuille de produits
- Grande dépendance à un fournisseur
- Base de clients réduite
- Système informatique dépassé
- Taux de rotation du personnel élevé
- Etc.

Opportunités

- Marchés ou segments en croissance
- Marchés ou segments à fort potentiel
- Nouvelles technologies
- Réglementation favorable
- Nouvelles chaînes de distribution
- Changement de comportement des consommateurs
- Etc.

Menaces

- Concurrence directe et élargie
- Nouveaux entrants
- Législation peu favorable
- Marchés matures ou en décroissance
- Chute des prix en raison d'un excès de la production
- Activité économique faible
- Etc.

l'analyse des données

objectives de l'analyse

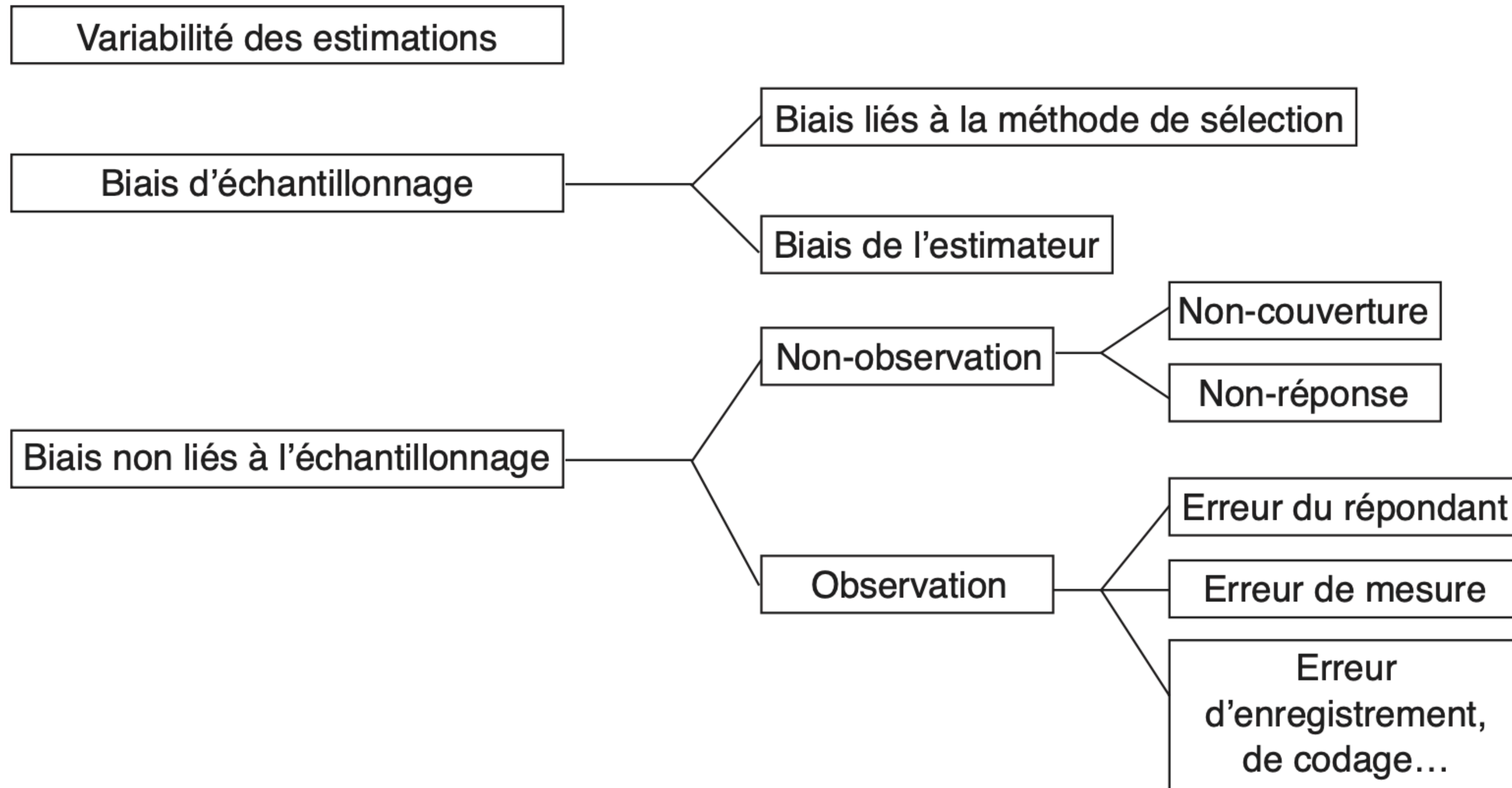
- relations entre variables : la causalité, l'influence réciproque ou l'association

1) modélisation causale = déterminer les variables du phénomène à modéliser

2) déterminer la nature des interrelations entre ces variables

- description/interpretation du phénomène
- mélanger texte et « images » (schémas, figures, tableaux, etc.)
- déterminer la nature des relations:
 - **$X \Rightarrow Y$ / $X \Rightarrow Y \Rightarrow X$ / $X \Leftrightarrow Y$**
- méthodes statistiques, méthodes qualitatives, conditions causales liées à l'occurrence d'une variable, conséquences liées à la présence d'une variable, qualification de l'effet
- variables conditions + variables effects

biais et erreurs



erreurs de mesure quantitative

- « modèle de la vraie valeur » : décomposer le résultat d'une mesure en différents éléments : **la vraie valeur** (théoriquement, la mesure parfaite) et **les termes d'erreur** (erreur aléatoire et erreur systématique)
- $\text{mesure obtenue} = \text{vraie valeur} + \text{erreur aléatoire} + \text{erreur systématique}$
- > la méthode du « test-retest »
- > la méthode des formes alternatives

erreurs de mesure qualitative

- comparaison des résultats des différents enquêteurs + travail de codage des données brutes fournies à travers les entretiens, les documents ou l'observation
- protocole de codage le plus explicite possible et précision dans la description
- fiabilité des entretiens : le biais de désirabilité sociale, le biais de confirmation, le biais d'auto-complaisance, l'effet de halo (ou de contamination) et les stéréotypes

présentation des resultates et
rapport de recherche

contenu du rapport de recherche

- une page de titre, un résumé, une table des matières
- section introductive
- contexte conceptuel, le cadre de l'étude et les hypothèses (en cas de recherche déductive), le plan d'échantillonnage, les méthodes de collecte des données, l'analyse des données et les résultats obtenus
- conclusions (recommandations et limites)