

### **1.3. Stratégie d'enquête : mailing et phoning**

Afin d'optimiser le niveau de retours d'informations, il a été décidé de réaliser l'enquête en combinant :

- une expédition du questionnaire par voie postale
- un phoning réalisé par Jacques Corolleur, télé opérateur à la CCI de Morlaix.  
Contactées par téléphone, les entreprises pouvaient soit s'engager à faire retour de leur questionnaire (courrier, fax) soit le compléter directement avec le télé opérateur.

Le phoning a été engagé **dès la semaine suivant l'envoi des questionnaires** afin de renforcer le taux de réponse. Ce délai très bref s'explique ainsi :

- les entreprises sont très sollicitées pour des enquêtes. Les taux de retours ,papier, spontanés sont, d'une manière générale, assez faibles. Il est donc nécessaire de les ,relancer- rapidement sur un courrier qu'ils ont reçu très récemment et qu'ils ont donc encore à l'esprit.
- un phoning intervenant rapidement après l'envoi du questionnaire permet également de limiter les réexpéditions du document suite à la perte ou à la destruction de ce dernier dans l'entreprise
- un phoning rapide permet d'afficher le sérieux de l'enquête auprès des entreprises qui reçoivent nombre de sollicitations.

Au cours de la phase de phoning, des points d'étapes ont été organisés par le service Etudes afin de suivre les retours d'informations, d'organiser la saisie des questionnaires, de définir les secteurs d'activités à privilégier, \$

#### **Calendrier :**

Les questionnaires ont été expédiés aux entreprises **semaine 16** (18 au 22 avril)

Le phoning a été réalisé au cours des semaines **17, 18 et 19**. (27 avril au 13 mai)

Les retours de questionnaires se sont étalés jusqu'à la **semaine 22** (du 30 mai au 3 juin)