

L'utilisation de logiciels et autres aides à la productivité dans les centres de cueillette de données marketing en Amérique du Nord

Préparé par le Réseau **Circum**
<http://www.circum.com>

Juillet 1998

Pour Info Zéro Un
<http://www.izusoft.com>

MÉTHODOLOGIE

Dans le cadre des activités de recherche d'Info Zéro Un (producteur du logiciel Interviewer), le Réseau **Circum** a mesuré l'utilisation de logiciels et d'autres aides à la productivité dans les entreprises de cueillette de données marketing en Amérique du Nord, à partir d'un sondage téléphonique de firmes possédant un système CATI et étant impliquées dans des études de marché ou des études de politiques. La base échantillonnale était constituée de listes de membres d'associations professionnelles américaines et canadiennes. Un total de 226 entrevues ont été complétées, pour un taux de réponse de 26 % et un taux de refus de 9 % (48 % des participants éventuels n'ont pas pu être rejoints au cours de la période de sondage). La collecte de données a débuté le 14 mai et s'est terminée le 12 juin 1998. Les entrevues ont duré 20,8 minutes en moyenne. L'échantillon a été pondéré pour représenter les parts de marché de chacun des logiciels CATI.

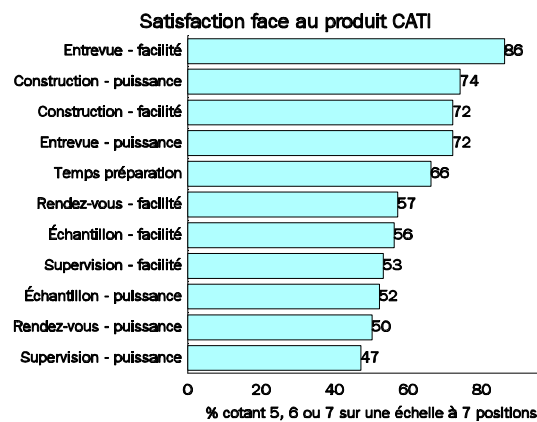
INSTALLATIONS CATI

- Les produits de Sawtooth (Ci2 et Ci3) sont les plus populaires (24%); 60 % fonctionnent sous réseau informatique et 40 % en postes autonomes. Les produits maison et les « autres » produits accaparent une part importante du marché (31 %). En termes de postes de travail, Quantum et les « autres » produits emportent chacun le quart du marché.

Parts de marché

CATI	Part des installations	Parts des postes de travail
Produits Sawtooth	24 %	14 %
ACS Query	14 %	15 %
CfMC	12 %	12 %
Quantime	9 %	26 %
Interviewer	6 %	3 %
Dash	4 %	4 %
Autres et maison	31 %	26 %

- De 1981 à 1995, on a observé une rapide augmentation des installations de CATI, suivie d'une baisse drastique de 1996 à 1998.
- La taille moyenne des installations est de 69 postes de travail mais la moitié des installations a entre 1 et 30 postes; un autre tiers possède de 31 à 75 postes.



- Quelque 29 % des installations existantes utilisent un CATI qui n'est pas le premier qu'elles aient utilisé.
- Il y a place à amélioration dans la satisfaction des

clients face à leur CATI. Si la facilité en entrevue ne semble pas causer de problème, les différents aspects de gestion des activités de terrain laissent à désirer.

- Les clients sont moins satisfaits de leur fournisseur de CATI que de leur logiciel. La disponibilité de support technique est considérée adéquate, mais la correction des bogues et l'influence des clients sur les modifications au logiciel sont insatisfaisantes.

CAPI ET WEB

- Seulement 17 % des compagnies utilisent présentement l'entrevue personnelle assistée par ordinateur et 11 % de plus indiquent une propension sérieuse à investir ce marché.
- Le sondage web est encore une curiosité peu utilisée (ce qui ne dit rien de l'état de ce marché dans 12 ou 24 mois). Quelque 22 % des compagnies de cueillette de données se sont déjà aventurées sur le sondage web et 26 % envisagent cette voie. Seulement 14 % n'ont aucun plan par rapport au sondage web.

CADENCEURS D'APPELS

- Plus de neuf compagnies sur dix ont entendu parler de la technologie du cadenceur d'appels, mais le taux d'utilisation est loin du taux de connaissance : 11 % des installations utilisent un cadenceur. Un autre segment de 12 % analyse sérieusement une possibilité d'acquisition.

- Globalement, les clients de cadenceurs sont satisfaits du niveau d'intégration de ce produit avec leur CATI, même s'ils sont significativement plus satisfaits de la puissance de leur produit que de la facilité d'utilisation et que, de façon générale, les clients de cadenceurs émettent des réserves sur le service de leur fournisseur.
- Bonne nouvelle : alors que les attentes des compagnies sans cadenceur sont à l'effet que cette technologie accroisse la productivité de 28 %, en moyenne, selon les compagnies avec cadenceur, la hausse de productivité se situe à 37 %. La réalité dépasse donc les attentes.

TABLEAUX ET STATISTIQUES

- Neuf compagnies de collecte de données sur dix utilisent un logiciel de production de tableaux.
- SPSS est clairement le produit le plus populaire, mais ce logiciel est soumis à de fortes critiques en ce qui a trait à son intégration au CATI et à sa facilité d'utilisation.
- Globalement, les firmes sont satisfaites de leur logiciel de tableau et peu (17 %) ont l'intention d'en changer au cours des 24 prochains mois.
- Près de six compagnies sur dix utilisent un logiciel d'analyse multivariée. SPSS domine avec 68 % de ce marché.