

Prompt et exemple – validation d'une hypothèse par sondage

L'objectif de ce prompt est d'obtenir un premier jet de questions d'un sondage pour valider une hypothèse de problématique.

Structure du prompt

// Utilise les informations suivantes sur la problématique à analyser :

1. Réponse à fournir à : "insère ici les informations sur le public concerné par cette 'analyse'";
2. Dans le domaine de : "...";
3. Principale cible à sonder dans le secteur : "...";
4. Problématique potentiellement ressentie par la cible : "...";
5. Potentiels aspects à creuser : "...";

Orienté to sondage les autres pistes de causes principales qui te sembleraient plausibles et probables.

// Instructions génériques pour toutes tes réponses et informations :

Ta tâche est de fournir des informations précises et fiables. Suis les instructions suivantes pour assurer la qualité et l'exactitude de tes réponses :

1. **Utilise uniquement des sources fiables :**
 - Base tes réponses sur des informations provenant de sources fiables et vérifiées. Évite d'utiliser des informations de sources douteuses.
 - Exemples de sources fiables : Publications scientifiques, sites gouvernementaux, médias reconnus, etc.
2. **Évite les informations erronées :**
 - N'inclus pas d'informations qui ne peuvent être vérifiées ou qui sont incorrectes. Si une information n'est pas confirmée, mentionne-le ou abstiens-toi de l'inclure.
3. **Concentre-toi sur les données factuelles :**
 - Évite toute hallucination ou spéculation dans tes réponses. Concentre-toi uniquement sur les faits.
 - **Ton :** Neutre et factuel.
4. **Inclus des exemples concrets si pertinents :**
 - Lorsque cela est pertinent, inclus des exemples concrets pour illustrer tes points. Assure-toi que ces exemples soient également basés sur des données vérifiées.
 - **Format :** Liste ou paragraphe structuré.
5. **Appel à l'action :**
 - Assure-toi que chaque élément de réponse soit exact et utile. Si tu as des doutes sur l'exactitude d'une information, vérifie-la ou omets-la.
 - **Objectif :** Garantir que les informations fournies soient de la plus haute qualité et utilité pour l'utilisateur.

// Instructions spécifiques

Tu es un spécialiste des études de marché chevronné, avec plus d'une décennie d'expérience dans la conception et l'analyse d'enquêtes qui permettent de sonder efficacement les besoins problématiques de publics spécifiques dans divers domaines. Ton expertise réside dans l'élaboration de questions non intrusives qui suscitent des réponses honnêtes et réfléchies, ce qui permet d'obtenir des informations précieuses pour la suite de la recherche.

Ta tâche consiste à créer une enquête d'environ 12 questions visant à vérifier l'hypothèse d'un problème ou d'un besoin spécifique au sein d'un public cible et dans un domaine particulier. L'enquête doit commencer par des questions faciles et non intrusives afin de susciter l'intérêt des participants et aller en crescendo, au fur et à mesure que la confiance s'établit.

Ce sondage devrait servir, avec d'éventuels ajustements pour :

- 1) Sondage en ligne
- 2) Sondage rapide en présentiel, par exemple en espace public
- 3) Interview, soit en ligne par visioconférence, soit en face à face

En outre, veille à ce qu'une des questions explore les conséquences ou les impacts négatifs du problème identifié, tandis qu'une autre question porte sur les stratégies employées par la personne interrogée pour minimiser ces effets négatifs.

Garde à l'esprit qu'une dernière section doit inclure de une à trois questions visant à déterminer si le répondant est intéressé par les résultats statistiques de l'enquête. S'il manifeste son intérêt, l'enquête doit lui demander son nom et son adresse électronique. Cette dernière section ne compte pas dans les 12 questions mentionnées auparavant.

Voici les grandes lignes d'informations que l'enquête devrait nous permettre d'obtenir :

- Expérience actuelle vécue de la problématique
- Importance ressentie de la problématique
- Fréquence de manifestation de la problématique
- Conséquences négatives de la problématique
- Ressources utilisées pour résoudre ou contourner la problématique (si elles existent)
- Solutions internes ou externes actuelles
- Degré de résolution avec les solutions ou ressources actuelles
- Ce qui pourrait aider à diminuer les conséquences négatives de la problématique
- Les solutions (accessibles) qui pourraient résoudre la problématique

N'hésite pas à compléter les détails nécessaires et à personnaliser les questions aux besoins d'enquête.

Veille à respecter ces consignes :

- **Ton** : Neutre, respectueux et interrogatif
- **Format** : Liste numérotée
- **Rôle** : Enquêteur bienveillant
- **Objectif** : Obtenir une vue détaillée des différents segments et de leurs besoins
- **Portée** : Locale ou régionale selon la zone d'intervention
- **Mots-clés** : Analyse de besoins spécifiques
- **Audience** : Public B2B ou B2C, selon le public ciblé

Avant les questions, prépare une introduction de quelques lignes au sondage, expliquant que l'objectif est exclusivement une étude de marché. Dis qui est l'auteur du sondage et son objectif. Évalue aussi le temps nécessaire pour répondre à ces questions, en te basant sur le sondage en ligne.

A titre d'information, hors de l'introduction, informe-nous des durées des deux autres situations : Sondage rapide en présentiel et interview

Test du prompt

// informations suivantes sur la problématique :

1. Réponse à fournir à : **" Jeunes entrepreneurs de 25 à 35 ans dans le domaine du conseil "** ;
2. Dans le domaine de : **"Restauration de midi"** ;
3. Principale cible à sonder dans le secteur : **"Restaurateurs"** ;
4. Problématique potentiellement ressentie par la cible : **"Les ventes sont insuffisantes pour générer une marge suffisante"** ;
5. Potentiels aspects à creuser : **"Communication"** ;

Réponse - ChatGPT

Introduction au sondage :

Bonjour,

Nous vous remercions de participer à cette enquête menée dans le cadre d'une étude de marché réalisée par [Nom de l'entreprise]. Cette enquête vise à mieux comprendre les défis et besoins rencontrés par les restaurateurs, notamment en ce qui concerne les ventes durant la pause déjeuner. Vos réponses nous permettront d'identifier des solutions potentielles pour améliorer la rentabilité dans ce secteur.

L'enquête dure environ **5 à 7 minutes** en ligne. Toutes vos réponses resteront strictement confidentielles.

Merci de votre participation !

Enquête - Restaurateurs du secteur "Restauration de midi"

1. Depuis combien de temps exploitez-vous votre restaurant ?
 - a) Moins de 1 an
 - b) 1 à 3 ans
 - c) 3 à 5 ans
 - d) Plus de 5 ans
2. Quel pourcentage de vos clients viennent pour la pause déjeuner en semaine ?
 - a) Moins de 25 %
 - b) 25 % à 50 %
 - c) 50 % à 75 %
 - d) Plus de 75 %

3. Quels sont les principaux défis que vous rencontrez dans la gestion des ventes pendant la **pause déjeuner** ?
(Réponse ouverte)
4. À quelle fréquence constatez-vous que les ventes du déjeuner ne génèrent pas de marge suffisante pour couvrir vos coûts ?
 - a) Jamais
 - b) Rarement
 - c) Parfois
 - d) Souvent
 - e) Très souvent
5. Quel est l'impact principal de ces ventes insuffisantes sur votre activité ?
 - a) Difficultés à payer les charges fixes
 - b) Réduction du personnel
 - c) Impossibilité d'investir dans l'amélioration du service
 - d) Autre (préciser)
6. Avez-vous déjà modifié vos stratégies de communication pour attirer plus de clients pendant la pause déjeuner ? Si oui, quelles actions avez-vous entreprises ?
(Réponse ouverte)
7. Quels canaux de communication utilisez-vous actuellement pour promouvoir vos offres de déjeuner ?
 - a) Réseaux sociaux
 - b) Flyers ou publicité locale
 - c) Google Ads
 - d) Aucun canal de communication spécifique
 - e) Autre (préciser)
8. Avez-vous observé une amélioration des ventes après la mise en place de ces stratégies ?
 - a) Oui
 - b) Non
 - c) Pas encore mesuré les résultats
 - d) Autre (préciser)
9. Selon vous, quels éléments pourraient contribuer à augmenter vos ventes durant la pause déjeuner ?
 - a) Meilleure visibilité locale
 - b) Promotions plus attractives
 - c) Amélioration de la qualité du service
 - d) Renforcement des relations avec les entreprises locales
 - e) Autre (préciser)
10. Quels autres défis rencontrez-vous actuellement dans votre activité de restauration à midi ?
(Réponse ouverte)
11. Quelles solutions ou ressources utilisez-vous pour atténuer les impacts négatifs des ventes insuffisantes ?
(Réponse ouverte)

12. Quelles autres ressources ou types d'accompagnement pourraient vous aider à résoudre cette problématique ?
 - a) Formation en marketing digital
 - b) Consulting stratégique
 - c) Amélioration des processus internes
 - d) Autre (préciser)
-

Section finale : Intérêt pour les résultats

1. Souhaitez-vous recevoir les résultats de cette étude une fois celle-ci terminée ?
 - a) Oui
 - b) Non
 2. Si vous souhaitez recevoir les résultats, veuillez indiquer votre nom et votre adresse email.
(Champ à remplir)
-

Durée des autres situations :

- **Sondage rapide en présentiel** : 3 à 5 minutes
- **Interview (en ligne ou en personne)** : 10 à 15 minutes

Ce sondage est conçu pour permettre une exploration approfondie des problématiques des restaurateurs, notamment les difficultés liées aux ventes durant la pause déjeuner. Les questions permettent de recueillir des informations sur l'expérience vécue, les solutions actuelles et les améliorations possibles.

Réponse - Gemini

Proposition d'enquête pour restaurateurs (25-35 ans)

1. Introduction

Bonjour,

Nous vous remercions de participer à cette courte enquête destinée à mieux comprendre les défis auxquels font face les restaurateurs comme vous. Vos réponses nous aideront à développer des solutions adaptées à vos besoins spécifiques. Cette enquête est anonyme et devrait prendre environ [temps estimé] à compléter.

2. Questions

1. **Fréquence des difficultés de vente:** Sur une échelle de 1 à 5 (1 = jamais, 5 = très souvent), à quelle fréquence rencontrez-vous des difficultés pour atteindre vos objectifs de vente ?
2. **Impact sur la marge:** Ces difficultés de vente ont-elles un impact significatif sur votre marge bénéficiaire ? Si oui, pourriez-vous quantifier cet impact (en pourcentage si possible) ?
3. **Période de l'année:** Y a-t-il des périodes de l'année où ces difficultés sont plus prononcées (par exemple, les saisons creuses) ?
4. **Communication existante:** Quels canaux de communication utilisez-vous actuellement pour promouvoir votre restaurant (réseaux sociaux, site web, flyers, etc.) ?
5. **Efficacité de la communication:** Selon vous, ces canaux de communication sont-ils efficaces pour attirer de nouveaux clients et fidéliser votre clientèle existante ?
6. **Obstacles à la communication:** Quels sont les principaux obstacles que vous rencontrez dans votre communication (budget limité, manque de temps, difficulté à cibler le bon public, etc.) ?
7. **Conséquences négatives:** Quelles sont les conséquences les plus importantes de ces difficultés de vente (réduction des effectifs, difficultés à payer les fournisseurs, stress, etc.) ?
8. **Stratégies actuelles:** Quelles stratégies avez-vous déjà mises en place pour essayer de remédier à cette situation (promotions, nouveaux plats, partenariats, etc.) ?
9. **Efficacité des stratégies:** Dans quelle mesure ces stratégies ont-elles été efficaces ?
10. **Besoins en matière de communication:** Quelles sont les compétences ou les ressources supplémentaires dont vous auriez besoin pour améliorer votre communication (formation en marketing digital, création d'un site web, etc.) ?
11. **Solutions envisageables:** Quelles solutions envisageriez-vous pour augmenter vos ventes (partenariats avec des influenceurs, événements spéciaux, livraison à domicile, etc.) ?
12. **Intérêt pour une solution globale:** Seriez-vous intéressé par une solution globale qui combinerait différents aspects de la communication et du marketing pour votre restaurant ?

3. Questions supplémentaires (facultatives)

- **Intérêt pour les résultats:** Seriez-vous intéressé de recevoir un résumé des résultats de cette enquête ? Si oui, pourriez-vous nous laisser votre adresse e-mail ?
- **Suggestions:** Avez-vous d'autres suggestions pour améliorer cette enquête ou pour mieux comprendre les défis auxquels vous faites face ?

4. Estimation des durées

- **Sondage en ligne:** 5-7 minutes

- **Sondage rapide en présentiel:** 10-15 minutes
- **Interview:** 20-30 minutes

5. Remarques

- **Flexibilité:** N'hésitez pas à adapter ces questions en fonction du contexte spécifique de votre étude et des informations que vous souhaitez recueillir.
- **Personnalisation:** Vous pouvez ajouter des questions plus spécifiques sur certains types de restaurants (cuisine, localisation, etc.) pour affiner votre analyse.
- **Outils:** Il existe de nombreux outils en ligne (Google Forms, SurveyMonkey, etc.) qui vous permettent de créer et de diffuser facilement des sondages.
- **Analyse:** Une fois les données collectées, vous pourrez les analyser pour identifier les principaux défis rencontrés par les restaurateurs et proposer des recommandations personnalisées.

Note: Cette proposition d'enquête est un point de départ. Elle peut être adaptée et améliorée en fonction de vos besoins spécifiques et des contraintes de votre étude.

Mots-clés: étude de marché, restauration, vente, communication, marketing digital, enquête, questionnaire.

Objectif: Comprendre les besoins spécifiques des restaurateurs en matière de communication et de marketing afin de leur proposer des solutions adaptées.

Audience: Restaurateurs indépendants ou franchisés, âgés de 25 à 35 ans.

Portée: Locale, régionale ou nationale en fonction de la zone d'étude.

Ton: Neutre, respectueux et professionnel.

Comparaison des questions générées

| # | ChatGPT 4o | Gemini advanced |
|----|---|---|
| 1 | Depuis combien de temps exploitez-vous votre restaurant ? | A quelle fréquence rencontrez-vous des difficultés pour atteindre vos objectifs de vente ? |
| 2 | Quel pourcentage de vos clients viennent pour la pause déjeuner en semaine ? | Ces difficultés de vente ont-elles un impact significatif sur votre marge bénéficiaire ? |
| 3 | Quels sont les principaux défis que vous rencontrez dans la gestion des ventes pendant la pause déjeuner ? | Y a-t-il des périodes de l'année où ces difficultés sont plus prononcées ? |
| 4 | À quelle fréquence constatez-vous que les ventes du déjeuner ne génèrent pas de marge suffisante pour couvrir vos coûts ? | Quels canaux de communication utilisez-vous actuellement pour promouvoir votre restaurant ? |
| 5 | Quel est l' impact principal de ces ventes insuffisantes sur votre activité ? | Selon vous, ces canaux de communication sont-ils efficaces pour attirer de nouveaux clients et fidéliser votre clientèle existante ? |
| 6 | Avez-vous déjà modifié vos stratégies de communication pour attirer plus de clients pendant la pause déjeuner ? Si oui, quelles actions avez-vous entreprises ? | Quels sont les principaux obstacles que vous rencontrez dans votre communication ? |
| 7 | Quels canaux de communication utilisez-vous actuellement pour promouvoir vos offres de déjeuner ? | Quelles sont les conséquences les plus importantes de ces difficultés de vente ? |
| 8 | Avez-vous observé une amélioration des ventes après la mise en place de ces stratégies ? | Quelles stratégies avez-vous déjà mises en place pour essayer de remédier à cette situation ? |
| 9 | Selon vous, quels éléments pourraient contribuer à augmenter vos ventes durant la pause déjeuner ? | Dans quelle mesure ces stratégies ont-elles été efficaces ? |
| 10 | Quels autres défis rencontrez-vous actuellement dans votre activité de restauration à midi ? | Quelles sont les compétences ou les ressources supplémentaires dont vous auriez besoin pour améliorer votre communication ? |
| 11 | Quelles solutions ou ressources utilisez-vous pour atténuer les impacts négatifs des ventes insuffisantes ? | Quelles solutions envisageriez-vous pour augmenter vos ventes ? |
| 12 | Quelles autres ressources ou types d'accompagnement pourraient vous aider à résoudre cette problématique ? | Seriez-vous intéressé par une solution globale qui combinerait différents aspects de la communication et du marketing pour votre restaurant. |
| 13 | Souhaitez-vous recevoir les résultats de cette étude une fois celle-ci terminée ? | Seriez-vous intéressé de recevoir un résumé des résultats de cette enquête ? |
| 14 | Si vous souhaitez recevoir les résultats, veuillez indiquer votre nom et votre adresse email . | Si oui, pourriez-vous nous laisser votre adresse e-mail ? |
| 15 | --- | Avez-vous d'autres suggestions pour améliorer cette enquête ou pour mieux comprendre les défis auxquels vous faites face ? |