


# Focus group

Durée : 

Difficulté : 

## Résumé

Le focus group (ou groupe de discussion) est une méthode d'enquête permettant de recueillir l'opinion des utilisateurs sur un logiciel ou un site web. Cette méthode employée en marketing peut s'appliquer aux produits informatiques afin de mieux comprendre les motivations des utilisateurs et l'image qu'ils se font du produit. Contrairement aux autres méthodes d'ergonomie, le focus groupe se pratique avec plusieurs participants : utilisateurs ou futurs utilisateurs de l'application. Le focus groupe permet uniquement de recueillir des éléments subjectifs, et non des données objectives sur l'usage de l'application (contrairement aux tests utilisateurs).

## Étapes

- Définir le cadre et l'objectif du focus group
- Cibler et recruter les participants
- Construire le guide d'animation = thèmes abordés, jeux,...
- Préparer la salle
- Réaliser les focus groupe

## Points forts

- ➕ Réponses subjectives
- ➕ Opinion de groupe
- ➕ Regrouper opinions diverses en un avis

## Points faibles

- ➖ Réponses subjectives seulement, nécessite un test utilisateur en complément
- ➖ Besoin de plusieurs participants