

Interview Retail Design



| | | | |
|-------------------------|--|------------|----------|
| Activity type | Innovation phase | Difficulty | Duration |
| | | 1/5 | 1h |
| Location | Materials required | | |
| Au choix du participant | Carnet, ordinateur, enregistreur | | |
| Participants | Operational team | | |
| Informant | 1 interviewer et 1 preneur de note | | |
| 1 | Interroger des acteurs représentatifs (commerçants et créatifs) du Retail Design et de préférence ayant chacun une activité, une expérience, une vision différente. | | |



METHODE

Interview Retail Design

Cette méthode a pour objectif de comprendre les besoins, contraintes et idées des acteurs du Retail Design. Elle permet de récolter des informations tant sur la compréhension de la notion de Retail Design, que sur la relation professionnelle entre les créatifs et les commerçants, ou sur les pistes à poursuivre pour professionnaliser l'écosystème Retail Design.

Preparation

-

Proceedings

L'interview se tient en tête à tête avec la personne



interrogée, il est important d'instaurer un climat de confiance, la discussion est libre mais doit s'inspirer des questions ci-dessous.

Dans cette approche particulièrement qualitative, il importe en plus des réponses de capter l'attitude, la gestuelle, les réactions de l'interrogé face aux questions. Les non-dits sont tout aussi importants que les dires !

L'interviewer pose les questions

L'assistant prend note

Transmission of results