



Comment créer un tableau Vividata

Exemple de question de recherche (anglais) :
Are Canadians who chew gum more likely to be Millenials, GenXers, or Baby Boomers?

Guide étape par étape

Étape 1 : Identifier le « split » et la question

Étape 2 : Ajouter une question




Étape 3 : Ajouter un split

Étape 4 : Ajouter un repère (pour comparaison)

Étape 5 : Générer le tableau

1 Identifier le split et la question

Les variables peuvent être utilisées comme des « splits », des questions, ou des filtres

Définition	Dans l'exemple
 <p>Split = ce à propos de quoi on veut obtenir des renseignements.</p> <p>Par défaut, les Splits sont affichés en colonnes dans un tableau</p>	<p>Split = Canadians who chew gum</p> <p>On veut savoir quelque chose à propos des canadiens de 14 ans et plus (c'est la population de l'enquête) qui mâchent de la gomme.</p> <p>La variable spécifique que l'on veut : Candy/Snacks-Chewing Gum-Prsnlly Chewd Past 6 Mths</p>
 <p>Question = ce qu'on veut savoir à propos du Split</p> <p>Par défaut, les questions sont affichées en lignes dans un tableau</p>	<p>Question = Generation</p> <p>On veut combien de personnes dans notre Split qui proviennent des générations suivantes :</p> <p>Millenials (born 1982-1001) GenXers (born 1965-1981) Baby Boomers (born 1945-1965)</p>
 <p>Filtre = nous permet de sélectionner seulement certaines variables, ou certaines réponses (pour des fins de comparaison par exemple</p>	<p>On cherche les répondants qui ont dit OUI</p>

2

Ajouter une question



Question = Generation

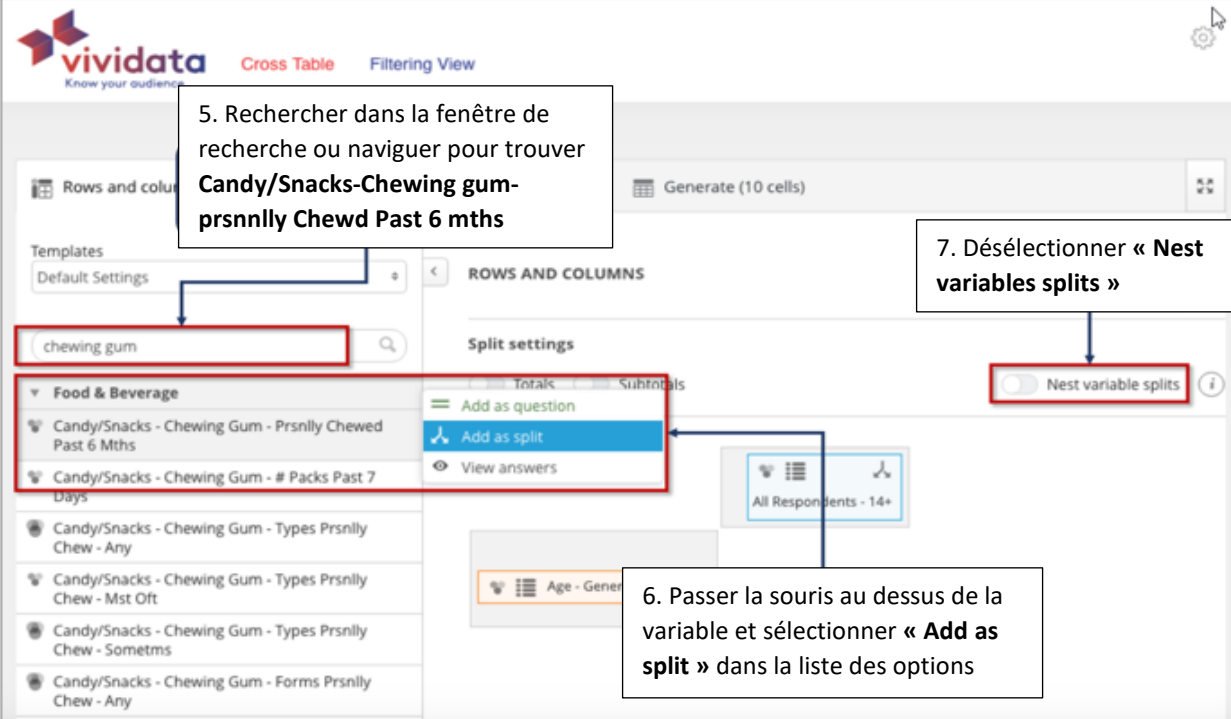
1. Choisir l'option « Tableau croisé »
2. Taper « **generation** » dans la boîte de recherche et appuyer sur « Enter ». Il est aussi possible de naviguer dans la catégorie « **Demographics** »
3. Passer la souris au-dessus de Age-Generation pour voir les options, et cliquer sur « **Add a question** »
4. Passer la souris au-dessus de « **All Respondant 14+** » pour supprimer cette catégorie

The screenshot shows the Vividata interface with the following elements highlighted:

- Cross Table**: A red box highlights the 'Cross Table' option in the top navigation bar.
- generation**: A red box highlights the search input field containing the word 'generation'.
- Demographics**: A red box highlights the 'Demographics' category in the left sidebar.
- Age - Generation**: A red box highlights the 'Age - Generation' sub-category.
- Add as question**: A red box highlights the 'Add as question' option in the dropdown menu.
- All Respondants - 14+**: A red box highlights the 'All Respondants - 14+' category in the bottom list.

3 Ajouter un split

-  Split = Chewing gum
5. Rechercher dans la fenêtre de recherche ou naviguer pour trouver **Candy/Snacks-Chewing gum-prsnlly Chewd Past 6 mths**
 6. Passer la souris au-dessus de la variable et sélectionner « **Add as split** » dans la liste des options
 7. Désélectionner « **Nest variables splits** »
 8. Passer la souris au-dessus de **Candy/Snacks-Chewing gum-Prsnlly Chewed Past 6 Mths** et cliquer sur l'icône . Sélectionner « **Yes** » pour la liste complète des réponses. Cliquer sur le « **x** » en haut à droite pour refermer la boîte des réponses



The screenshot shows the Vividata interface with the following elements:

- Search Bar:** Contains the text "chewing gum".
- Search Results:** A list of variables under the "Food & Beverage" category. The variable "Candy/Snacks - Chewing Gum - Prsnlly Chewed Past 6 Mths" is highlighted with a red box.
- Split settings:** A context menu is open over the highlighted variable, showing options: "Add as question", "Add as split" (highlighted with a blue box), and "View answers".
- Nest variable splits:** A toggle switch is shown in the "Split settings" area, currently turned off, with a red box around it.
- Annotations:** Three text boxes with arrows pointing to the search bar, the "Add as split" option, and the "Nest variable splits" toggle.

4 Ajouter un repère (pour comparaison)

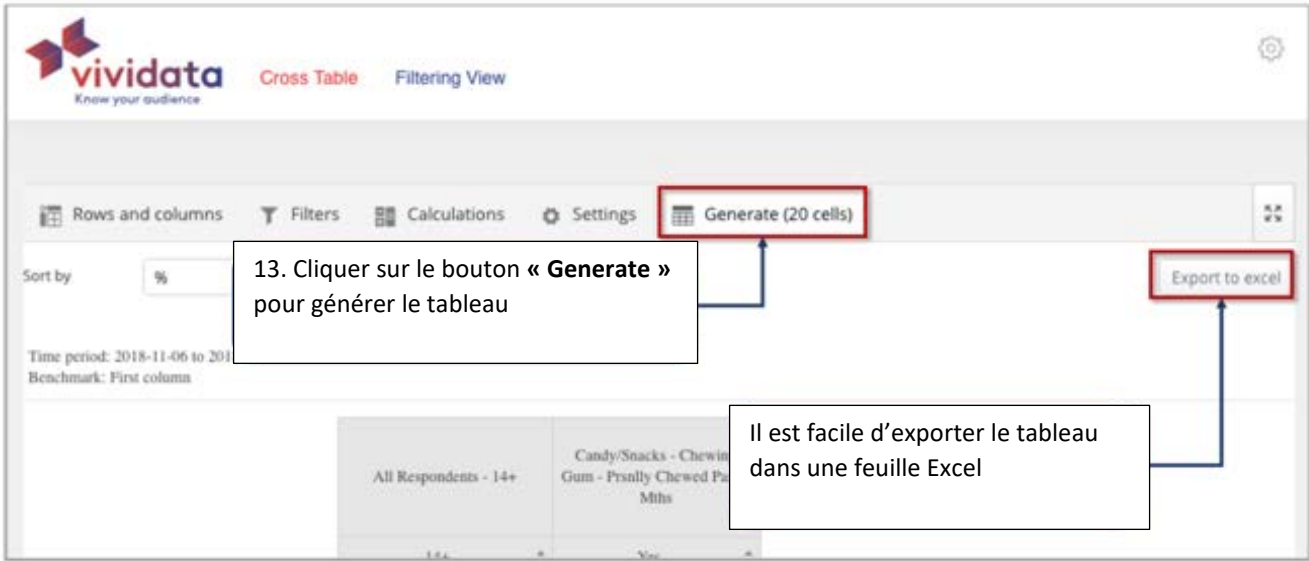
Parce que nous comparons différentes générations et que la taille de chaque génération varie, il est utile d'avoir un point de repère qui tiendra compte des différentes tailles et de leur viabilité en tant que population cible.

9. Cliquer sur le bouton « **Calculations** » pour accéder à la **fonction Benchmark**
10. Cliquer sur « **Benchmark** » pour voir le paramétrage
11. Cliquer sur le bouton « **Enable benchmark calculation** »
12. Sélectionner « **Index/Conversion** » à partir de la liste déroulante des calculs

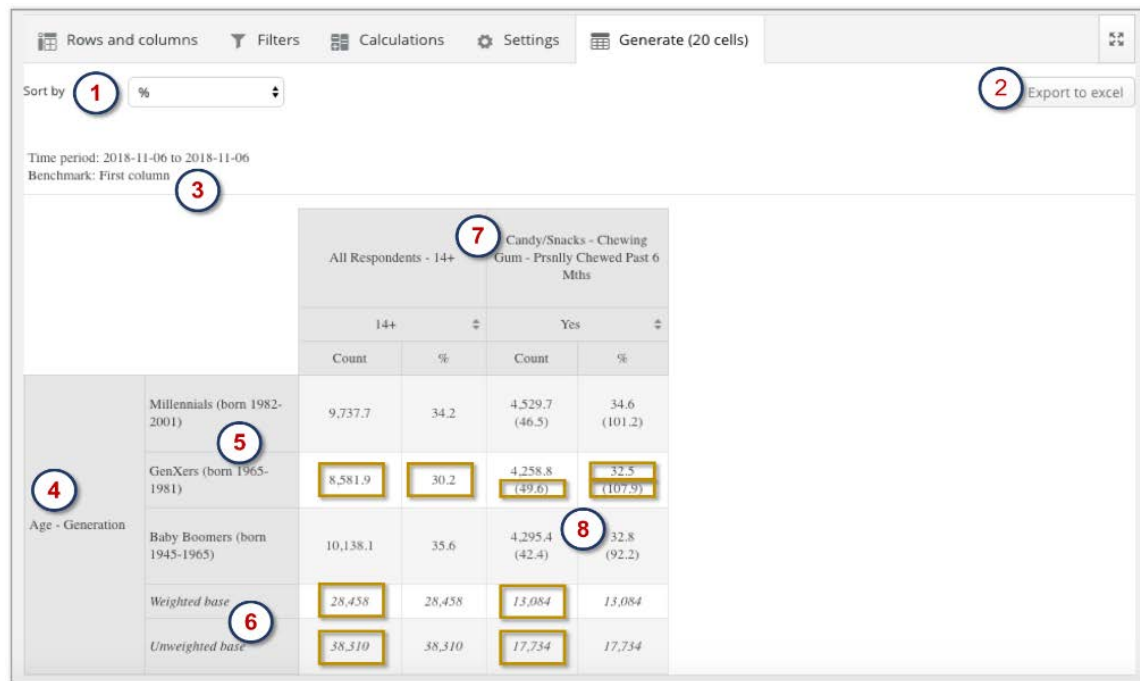
The screenshot displays the Vividata interface's 'Calculations' settings panel. The 'BENCHMARK' section is active, showing a toggle for 'Enable benchmark calculation' which is turned on. Below this, a dropdown menu for 'Calculation' is set to 'Index/Conversion rate'. Further down, there are options for 'Benchmark between' (set to 'Columns') and 'Comparison columns' (set to 'First column'). The interface also shows sections for 'STANDARD CALCULATION', 'SIGNIFICANCE TESTING', and 'RANK'. Four callout boxes with arrows point to specific elements: box 9 points to the 'Calculations' button at the top; box 10 points to the 'BENCHMARK' header; box 11 points to the 'Enable benchmark calculation' toggle; and box 12 points to the 'Index/Conversion rate' dropdown menu.

5 Générer le tableau

13. Cliquer sur le bouton « **Generate** » pour générer le tableau



Comment lire un tableau Vividata



Rows and columns | Filters | Calculations | Settings | Generate (20 cells)

Sort by **1** %

2 Export to excel

Time period: 2018-11-06 to 2018-11-06
Benchmark: First column **3**

7 Candy/Snacks - Chewing Gum - Prsnlly Chewed Past 6 Mths

		14+		Yes	
		Count	%	Count	%
4	Age - Generation 5				
	Millennials (born 1982-2001)	9,737.7	34.2	4,529.7 (46.5)	34.6 (101.2)
	GenXers (born 1965-1981)	8,581.9	30.2	4,258.8 (49.6)	32.5 (107.9)
	Baby Boomers (born 1945-1965)	10,138.1	35.6	4,295.4 (42.4)	32.8 (92.2)
	Weighted base 6	28,458	28,458	13,084	13,084
Unweighted base	38,310	38,310	17,734	17,734	

8

1 **Sort by** permet de trier vos résultats par pourcentage ou par nombre. Une fois que vous avez sélectionné le type de tri, cliquez sur les flèches haut et bas à côté de la colonne que vous voulez trier. Cliquez une fois pour trier par ordre décroissant (du plus grand au plus petit). Cliquez à nouveau pour inverser l'ordre de tri.

2 **Export to Excel** exportera votre tableau directement dans *Excel*. Formatez, créez un graphique ou un tableau croisé, ou utilisez-le en le combinant avec d'autres données.

3 **Time period** est utile pour citer votre tableau. Outre la période, *Benchmark : first column* dans notre exemple, indique le point de comparaison utilisé pour le reste des données.

4 **Question** Identifie chacune des questions que vous avez ajoutées à votre tableau. Dans notre exemple, nous n'avons qu'une seule question : *Age - Generation*.

5 Question Responses Pour chaque question, on dresse la liste des réponses à la question. Dans notre exemple, les réponses sont : *Millennials, GenXers, et Baby Boomers*.

6 Weighted / Unweighted base Ces chiffres représentent le nombre de répondants.

Unweighted base (base non pondérée) représente le nombre réel de répondants.

Weighted base (base pondérée) est mesurée en milliers (i.e. multiplié par 1 000), et représente le nombre de répondants comme mesure de l'ensemble de la population du Canada âgée de 14 ans et plus.

Important : Tous les chiffres indiqués dans un tableau sont des nombres pondérés, à l'exception de la base non pondérée; cela signifie que vous devez les multiplier par 1 000.

7 Splits Ce sont les segments de notre population cible. Dans notre exemple, nous avons une population représentant tous les répondants âgés de 14 ans et plus, ainsi qu'une population représentant ceux qui ont mâché de la gomme au cours des six derniers mois. Chaque fraction est représentée soit en nombre (le nombre de répondants), soit en pourcentage (le nombre de répondants en pourcentage du nombre total de répondants dans ce segment).

8 The Data Les données de votre tableau renferment des informations utiles. Les chiffres figurant dans les énoncés ci-dessous sont mis en évidence dans le tableau ci-dessus.

1. Sur les **38 310** répondants (représentant **28 458 000** Canadiens âgés de 14 ans et plus), **17 734** ont déclaré avoir mâché de la gomme au cours des six derniers mois. Cela représente **13 084 000** consommateurs au total. (Rappelez-vous que les chiffres pondérés sont représentés en milliers).
2. Parmi les personnes qui ont déclaré avoir personnellement mâché de la gomme au cours des six derniers mois, **32,5** % d'entre elles sont des GenXers. Cependant, seulement **30,2** % de la population canadienne âgée de 14 ans et plus sont des GenXers, de sorte que les gens qui mâchent de la gomme sont plus susceptibles d'être des GenXers que l'on pourrait s'y attendre étant donné la part de cette génération dans la population canadienne.
3. La valeur de l'indice **107,9** nous indique que les GenXers sont environ 7,9 % plus susceptibles de mâcher de la gomme que la population générale de 14 ans et plus. Valeur de l'indice = $100 * (32.5 - 30.3) / 30.3$, avec une légère variation due à l'arrondissement des valeurs intermédiaires.
4. De tous les GenXers canadiens représentés par cette enquête (**8 581 900**), **49,6** % (soit près de la moitié) déclarent avoir mâché de la gomme au cours des six derniers mois.

N.B. Les chiffres surlignés en ROUGE ou en BLEU indiquent que les chiffres sont trop petits pour pouvoir faire des déductions valides à partir de ces données.