

# Рабочая тетрадь: подготовка опроса для получения обратной связи

Приобщившись к «Искусству постановки вопросов» ([The Art of Asking Questions](#)), можно перейти к весьма увлекательной части работы – созданию собственного опроса!

Давайте составим опрос, которым могла бы воспользоваться практически любая организация – опрос для получения обратной связи относительно дизайна веб-сайта. Чтобы создать опрос, проясняющий «что сделано» и «что не сделано», рассмотрим примеры неудачных вопросов, скорректируем их, и, затем, Вы изложите собственные варианты в специальных полях для текста.

Можете воспользоваться этой тетрадью как шаблоном опроса по сбору данных для обновления веб-сайта (вид опроса, которому, по нашему мнению, найдется применение почти во всех организациях), или возьмите за основу примерные вопросы, и напишите собственные варианты для другого опроса – руководствуясь целями, которые Вы ставите перед собой, и видами данных, которые пытаетесь получить. И ни о чем не беспокойтесь – место для всех важных «почему» обязательно найдется.

В этой Рабочей тетради поля для текста выглядят вот так. И это пространство увеличивается по мере его заполнения. Здорово, не правда ли?

В этом документе Вы сможете сохранять рабочие версии вопросов, и обращаться к ним в те моменты, когда будете готовы воспользоваться [SurveyMonkey](#) или другими инструментами для проведения опросов.

Готовы к заезду?

## Шаг 1: Спросите себя.

Начните с главного: ответьте на несколько приведенных ниже вопросов, которые также обсуждаются в пособии «Искусство постановки вопросов». Это упражнение будет чрезвычайно важным, если Вы захотите воспользоваться Рабочей тетрадью при подготовке первых шести вопросов для опроса по поводу нового бренда.

1) В СВЯЗИ С ЧЕМ я задаю вопросы?

2) КОГО мне следует спрашивать?

3) О ЧЕМ мне следует спрашивать?

4) КАКИМ ОБРАЗОМ следует формулировать вопросы? / КАКИЕ критерии мне выбрать?

5) КОГДА следует задавать эти вопросы?

## Шаг 2: Протестируйте навыки написания опросов.

Вопрос первый.

**Пример неудачного вопроса:**

Какова вероятность, что ознакомившись со структурой веб-сайта, вы пожелаете его изучить, и укажете свою контактную информацию в специальной форме?

**Проблема:** Вопрос «двусоставный» - т.е. одновременно выясняет мнения о двух разных вещах: (1) о желании изучить веб-сайт, и (2) о вероятности заполнения формы для контактов.

**Решение:** Сделайте из одного вопроса два – чтобы респонденты смогли выразить мнение отдельно по каждому пункту.

**Хороший пример:**

1) Какова вероятность, что Вы изучите веб-сайт, ознакомившись с его структурой/дизайном?

- Более чем вероятно
- Очень вероятно
- В некоторой степени вероятно
- Маловероятно
- Невероятно

2) Какова вероятность того, что ознакомившись со структурой/дизайном веб-сайта, Вы заполните форму для контактов?

- Более чем вероятно
- Очень вероятно
- В некоторой степени вероятно
- Маловероятно
- Невероятно

**Попрактикуйтесь в написании вопросов, которые не будут выглядеть как «два в одном».**

## Вопрос второй.

### Пример неудачного вопроса:

Теперь, после оснащения веб-сайта модулями jQuery-анимации и отличной прокруткой, ускоряющей перемещение, насколько повысилась его «привлекательность для изучения»?

**Проблема:** В вопросе используются термины, которые не всегда понятны тем, кто не занимается разработкой и/или программированием веб-сайтов.

**Решение:** Удалите технологические моменты и сфокусируйте вопрос на том, как состоявшиеся изменения повлияли на мнение респондентов.

### Хороший пример:

Насколько привлекателен дизайн веб-сайта?

- Чрезвычайно привлекателен
- Очень привлекателен
- В некоторой степени привлекателен
- Малопривлекателен
- Совсем непривлекателен

**Попрактикуйтесь в написании вопросов, в которых не используются сложные конструкции или термины.**

## Вопрос третий.

### Пример неудачного вопроса:

В какой мере Вы удовлетворены навигацией веб-сайта?

**Проблема:** Вероятнее всего, Вы хотите выяснить, (а) стала ли навигация более удобной для посетителей после доработки веб-сайта, и (б) облегчило ли это поиск необходимой информации. Однако в вопросе присутствует слово «удовлетворены», которое звучит слишком «туманно», и не подходит для оценки легкости навигации.

**Решение:** Замените слово «удовлетворены» чем-то более измеримым и понятным.

### Хороший пример:

Навигация сайта теперь легкая или сложная?

- Очень легкая
- Достаточно легкая
- Ее нельзя назвать ни легкой, ни сложной
- Достаточно сложная
- Очень сложная

**Чтобы собрать более конкретные мнения об изучаемом предмете, попрактикуйтесь в написании вопросов, не используя таких слов, как «удовлетворены».**

## Вопрос четвертый.

### Пример неудачного вопроса:

Хотели бы Вы каким-либо образом улучшить дизайн веб-сайта?

- Да
- Нет

**Проблема:** Получив ответы «да» или «нет» - на вопрос о том, хотят ли респонденты изменить веб-сайт – Вы (а) не узнаете, что именно они хотят или не хотят улучшить, и (б) получите данные, которые не помогут выстроить дальнейшие действия.

**Решение:** Откажитесь от ответов «да» или «нет», и сфокусируйтесь на вопросах о конкретных изменениях (при наличии такой возможности). Вопрос может предполагать ответы в свободной форме, либо предлагать варианты на выбор.

**Хороший пример:**

Каким образом Вы хотели бы улучшить веб-сайт?

**Попрактикуйтесь в написании вопросов, которые не дадут людям уйти «просто так» - не поделившись мнениями или другой информацией, которая будет полезна для дальнейшей работы.**

## Вопрос пятый.

**Пример неудачного вопроса:**

По шкале от 1 до 5 оцените, насколько хорошо веб-сайт информирует о продукции нашей компании?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

**Проблема:** Вопрос не помогает респондентам понять, в какую сторону движется шкала (1 – это хорошо или плохо?), при том что цифры можно легко заменить другими вариантами, позволяющими избежать неверного толкования.

**Решение:** Вместо цифр воспользуйтесь словами, и сформулируйте варианты ответов таким образом, чтобы участникам опроса не пришлось додумывать, что означает «1» по отношению к «5».

**Хороший пример:**

Насколько хорошо веб-сайт информирует о продукции нашей компании?

- Великолепно
- Очень хорошо
- Достаточно хорошо
- Не особо хорошо
- Очень неудачно

**Попрактикуйтесь в написании вопросов, используя для градации ответов различные слова, выражающие отношение от «неудовлетворительно» до «отлично».**

## Вопрос шестой.

### Пример неудачного вопроса:

Скольким людям Вы порекомендовали бы заглянуть на этот сайт?

**Проблема:** Этот вопрос строится на предположении, что респондент захочет порекомендовать сайт по меньшей мере одному человеку.

**Решение:** Сфокусируйте вопрос на желании респондентов порекомендовать веб-сайт кому-либо, а не на количестве людей, которым его можно рекомендовать – хотя бы потому, что люди об этом могут просто не подумать.

### Хороший пример:

Насколько вероятно, что Вы порекомендуете этот веб-сайт своим знакомым?

- Более чем вероятно
- Очень вероятно
- Вполне вероятно
- Маловероятно
- Совсем не вероятно

**Попрактикуйтесь в написании вопросов по шкале Лайкерта (Likert scale), которые предлагают варианты ответов, разъясняющих респонденту суть рейтинга.**

Теперь у Вас есть шаблон опроса для оценки доработанного веб-сайта, а также как минимум 6 вопросов, с которых может начинаться подготовка к опросам самой разной тематики.