

Jak ocenić program PR za pomocą sondaży/ankiet

Sondaże/ankiety pomagają ocenić zakres i efekty programu public relations poprzez pomiar wiedzy o konkretnych faktach przez rozpoczęciem kampanii i po jej zakończeniu.

Ten formularz pomoże zebrać i usystematyzować informacje potrzebne do zaplanowania i przygotowania sondażu/ankiety.

Data: _____

Produkt/usługa: _____

Projekt: _____

1. W lewej kolumnie umieść fakty o produkcie, które chciałbyś przekazać odbiorcom z formularza „Jak wykorzystać nieprawdziwe opinie o firmie”. Opracuj pytania oparte na tych faktach i zapisz w prawej kolumnie.

FAKT	PYTANIE/PYTANIA W SONDAŻU/ANKIECIE
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

2. Podaj dodatkowe informacje o produkcie z innych formularzy. Przygotuj pytania oparte na tych faktach i wpisz je do kolumny po prawej stronie.

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

3. Dodaj inne pytania.

4. Zakreśl kółkiem najważniejsze pytania z pierwszych trzech części i wpisz liczbę wybranych pytań: _____.

Czy będziesz w stanie zadać te pytania w ciągu dwóch, czterech minut? Jeżeli nie, zmniejsz liczbę pytań tak, aby to było możliwe. Jest to niezmiernie ważne w sondażach/ankietach telefonicznych i bezpośrednich. Przepytanie kogokolwiek dłużej niż cztery minuty jest źle odbierane. Dotyczy to także sondaży/ankiet wysyłanych pocztą. Mało kto jest gotowy poświęcić temu więcej niż kilka minut.

5. Skróć pytania. Zwięzłe i jasno sformułowane pytania prowadzą do dokładniejszych odpowiedzi. Napisz poniżej końcową wersję pytań:

6. Czy możesz zadać każde pytanie w 10 sekund lub krócej?

Tak Nie (popraw tak, aby to było możliwe)

7. Czy każde pytanie wymaga konkretnej odpowiedzi?

Tak Nie (popraw tak, aby to było możliwe, ale przeczytaj pytanie nr 8)

8. Czy umieściłeś jedno pytanie, które umożliwia swobodną odpowiedź?

Tak Nie (popraw tak, aby to było możliwe)

9. Czy każde pytanie skupia się tylko na jednej sprawie?

Tak Nie (popraw tak, aby to było możliwe)

10. Jaka jest Twoja grupa docelowa?

Klienci Nie-klienci

Dlaczego wybrałeś tę grupę/te grupy? _____

11. Scharakteryzuj grupę docelową (na przykład, wiek, płeć, wysokość dochodów, pochodzenie, czas wolny). Jeżeli szukasz grupy przekrojowej, podaj liczby dla każdej kategorii tak, aby ankieterzy mogli wybrać wiarygodną grupę do badania. Dla grup wiekowych możesz na przykład wybrać osoby do badania w wieku 18-24, 25-30, 31-35, 36-40, 41-50 i 50+.

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

Charakterystyka: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

_____ próba do badania: _____

12. Ile osób planujesz poddać sondażowi/ankiecie? _____ osób

13. W jaki sposób sondaż/ankieta będzie przeprowadzony/a?

- telefonicznie osobiście pocztą Internet

14. Ile czasu zajmie Twoim pracownikom lub zewnętrznej firmie przeprowadzenie sondażu/ankiety? Pamiętaj o wygospodarowaniu czasu na znalezienie osób, które podejmą się przeprowadzenia sondażu/ankiety przez telefon lub osobiście.

_____ minut

15. Ile osób potrzebujesz do przygotowania i przeprowadzenia sondażu/ankiety?
_____ osób

16. Czy Twoi pracownicy mogą wykonać tę pracę?

- Tak, nasi pracownicy mogą to zrobić.
- Nie, potrzebujemy firmy zewnętrznej lub pracowników tymczasowych.

Jaką firmę zatrudnimy? _____

Gdzie znajdziemy pracowników tymczasowych? _____

17. Czy zaplanowałeś sondaże/ankiety przed rozpoczęciem kampanii public relations i po jej zakończeniu?

- Tak
- Nie (Przemyśl swoją decyzję tak, abyś mógł wiarygodnie porównać wyniki początkowe i końcowe)

18. Czy pytania w sondażu/ankiecie przed kampanią public relations i po jej zakończeniu są identyczne?

- Tak
- Nie (Zmień je tak, abyś mógł wiarygodnie porównać wyniki początkowe i końcowe)

