

Jak nie zabić badania złym kwestionariuszem, czyli o sztuce tworzenia skutecznych narzędzi badawczych

17 stycznia 2020 r.



Tomasz
Dulinicz
smartscope



Tematyka szkolenia

Szkolenie będzie poświęcone tematyce tworzenia kwestionariuszy do badań ilościowych.

Poruszone zostaną takie zagadnienia jak:

- problemy marketingowe wymagające użycia badań kwestionariuszowych
- znaczenie kwestionariusza
- wymogi stawiane kwestionariuszom w zależności od metod badawczych
- ograniczenia i pułapki badań kwestionariuszowych
- zasady tworzenia kwestionariuszy (rodzaje pytań i ich zastosowanie, typy pytań w zależności od metod, typy skal, typy indeksów, język kwestionariusza, przykłady dobrych i złych kwestionariuszy)

Szczegółowy zakres szkolenia

1. Wprowadzenie na temat badań ilościowych i roli kwestionariusza
2. Możliwości i ograniczenia metod badawczych i kwestionariuszy
3. Typy problemów marketingowych a stosowane narzędzia badawcze
4. Zasady tworzenia kwestionariuszy
5. Doskonalenie własnych umiejętności
6. Kwestionariusze w „nowoczesnych badaniach” np. badaniach mobilnych

Do kogo kierowane jest szkolenie

Pracownicy agencji badawczych, reklamowych, mediowych zajmujący się tworzeniem kwestionariuszy oraz pracownicy działów marketingu / badań stosujący badania ilościowe w procesie zarządzania marką.

Korzyści jakie odniosą uczestnicy

Uczestnicy szkolenia będą potrafili pisać lepsze (krótsze, bardziej jednoznaczne, przyjemniejsze dla respondentów itp.) kwestionariusze. Osoby zlecające badania będą mogły skuteczniej zarządzać współpracą z agencjami badawczymi dzięki umiejętności oceny jakości kwestionariusza. Przedstawiciele firm / klientów samodzielnie realizujących badania będą w stanie tworzyć lepsze ankiety i otrzymywać dzięki temu doskonalsze wyniki prowadzonych badań.

Forma szkolenia

Wykład oraz ćwiczenia praktyczne.

Stopień zaawansowania szkolenia:

Średniozaawansowane.

Prowadzi:



Tomasz Dulinic
Smartscope

Zajmuje się badaniami rynku i opinii od 1999 roku. W 2013 roku powstała firma smartscope, której jest współzałożycielem. Specjalizuje się w badaniach ilościowych, takich jak badania nowych usług i produktów, badania satysfakcji klientów oraz pracowników, badania związane z marką oraz komunikacją. Jest entuzjastą wykorzystania w badaniach nowych technologii: Internetu, telefonów

komórkowych, pasywnych źródeł informacji. Na co dzień tworzy wiele kwestionariuszy w różnych kategoriach produktów i na potrzeby zróżnicowanych typów projektów.

Tytuł: Jak nie zabić badania złym kwestionariuszem, czyli o sztuce tworzenia skutecznych narzędzi badawczych

Data: 17 stycznia 2020 r.

Miejsce: PTBRiO, Szarotki 11, Warszawa

Koszt do 27 grudnia: 899 zł, później 990 zł netto

Kontakt: szkolenia@ptbrio.pl, 22 648 44 92

»» Więcej ««

»» Zgłoś się ««