

OFFLINE PRIESKUM: STÁLE DOBRÝ NÁPAD



ANGELA SINICKAS

ABC, IABC Fellow

Angela Sinickas je riaditeľkou spoločnosti Sinickas Communications, medzinárodnej komunikačnej a konzultačnej spoločnosti, ktorá pomáha firmám dosiahnuť dobré výsledky prostredníctvom cieľenej diagnostiky a praktických riešení.

Angela je autorom manuálu „Ako merať vaše komunikačné programy“ (How to Measure Your Communication Programs) a viac ako 150-tich odborných článkov. Svoje skúsenosti prezentovala v 26 rôznych krajinách a získala 17 medzinárodných ocenení v oblasti komunikácie. Jej meno je považované za synonymum merania internej komunikácie.

Intranety otvorili nové možnosti na to, aby sa zamestnanci mohli zúčastňovať rôznych typov prieskumov. Namiesto rozhovorov alebo focus groups sa naskytla možnosť mať k dispozícii všetkých respondentov online a vytvárať s nimi diskusie naživo cez chat room. Facilitátor zašle otázky online a skúma ďalšie detaily počas toho, ako participanti odpovedajú. Ďalšia možnosť, ako to urobiť, je nastaviť online prieskum tak, aby sa mohli participanti pripojiť do diskusie počas celého týždňa. Každá otázka je zavesená v predstihu na naštartovanie diskusie. Účastníci prieskumu môžu buď reagovať na pôvodnú otázku alebo komentovať svoje odpovede navzájom.

Výhodou týchto prístupov je, že výsledky prieskumu sú k dispozícii rýchlejšie, častejšie a za nižšiu cenu. Plus, môžete vykonať virtuálne focus groups s ľuďmi, ktorí nemajú pracovisko na tom istom mieste, alebo pracujú v inom časovom pásme. Avšak predtým, než presuniete všetky svoje kvalitatívne výskumy na intranet, dávam do pozornosti niekoľko otázok na zváženie.

ONLINE FOCUS GROUPS

Aj keď majú on-line metódy svoje využitie, je dôležité vziať do úvahy chýbajúci osobný kontakt:

- Facilitátor, ani účastníci nemajú možnosť vnímať mimiku, gestikuláciu a tón hlasu, ktorým respondenti prejavujú humor, frustráciu, zlosť a iné emócie. To napomáha k detailnejšej interpretácii slov. Tiež nemáte možnosť z reakcií respondentov zistiť, či bola otázka správne pochopená, ak vôbec.

- Ľudia majú príliš veľa času premýšľať o tom, ako odpovedať, aby niekoho neurazili. Namiesto toho, aby prejavili svoje aktuálne dojmy a pocity. Plus, často sa stáva, že svoje texty opravujú priamo v diskusii.
- Ak je problémom vo vašej firemnej kultúre nedostatok dôvery, odpovede participantov môžu byť menej úprimné, keďže sú si vedomí, že ich názory sú zaznamenané v písomnej forme a môže byť nájdené ich ID užívateľa. V tradičnej focus group, ak nie je diskusia nahrávaná, respondenti veria viac v diskretnosť a anonymitu prieskumu.
- Účastníci prieskumu napíšu menej slov, ako by povedali. Budete mať tak menej detailných informácií, ako by ste v rovnakom časovom období získali na diskusii offline. To platí najmä pre tých, ktorí majú problémy s rýchlym písaním.
- Je náročnejšie presvedčiť na participáciu hanblivých. Očný kontakt je predsa len príjemnejším spôsobom ako prehovoriť zamestnancov. Online formou ich presvedčate príliš priamo, čím by mohli byť ešte nervóznejší pri odpovedaní na otázky.
- Zamestnanci väčšinou participujú zo svojich vlastných pracovných počítačov, takže môžu byť vyrušovaní kolegami alebo telefonátmi. To môže mať dopad na ich zaangażovanosť do diskusie. V závislosti na tom, či toto vyrušenie im prinieslo dobré alebo zlé správy, môže mať vplyv na ich postoj k otázkam, ktoré sa pýtate.

ONLINE ROZHOVORY S VEDENÍM

Pripájam aj niekoľko ďalších bodov na zváženie:

- Ešte stále mnoho manažérov nevie ako písať. Toto môže skončiť pri tom, že riaditeľ dá za úlohu svojej asistentke vytlačiť otázky a následne jej diktuje odpovede, ktoré má poslať do diskusie.
- Účelom rozhovoru s vedením je veľmi často vytvoriť si alebo upevniť s nimi vzťahy prostredníctvom "face time" (osobného rozhovoru). Toto sa nikdy nestane cez online nástroj.
- Skúmanie a objasňovanie je prirodzenejšie a príjemnejšie osobne. Prostredníctvom online diskusie to môže pôsobiť urážlivo, keď starostlivo napísaná odpoveď riaditeľa pre vás nie je jasná hneď na prvý raz.
- A napokon, mnohí z vedenia spoločnosti vôbec na otázky nedopovedajú. Je oveľa pravdepodobnejšie, že si nájdu čas na osobné stretnutie v ich kancelárii. Je pre nich až príliš jednoduché posunúť alebo odignorovať "stretnutie" s počítačom.

ČO ROBIŤ?

Najlepším prístupom je kombinácia osobných rozhovorov a focus groups s niekoľkými následnými online diskusiami s ľuďmi, ktorí sú ťažko zastihnuteľní kvôli pracovnej vyťaženosťi. Osobný kontakt s respondentmi poskytne detaily a kontext, ktorý potrebujete a online kontakt vám pomôže zapojiť ľudí, ktorí by sa inak výskumného procesu nezúčastnili.