

[Скачать чек-лист](#)

Чек-лист подготовки к проведению онлайн-опроса для бизнес-аналитиков

1. Планирование и постановка целей

- ☐ **Четкая цель:** Сформулирована конкретная цель опроса, отвечающая на вопрос, какую бизнес-задачу он решает, с использованием методологии SMART.
- ☐ **Ожидаемые результаты:** Определено, как будут применяться полученные данные, какие решения будут приняты на их основе и какие метрики будут использоваться для оценки успеха опроса.
- ☐ **Целевая аудитория:** Детально определена целевая аудитория, включая демографические характеристики, роли, опыт и уровень технической грамотности.
- ☐ **Сегментация:** Целевая аудитория сегментирована для получения более точных данных (по ролям, опыту, поведению и т.д.).



Полезные ссылки:

- [Выявление требований: что это, 9 техник в бизнес-анализе](#)
- [Методы сбора требований или «Как понять, что хочет заказчик?»](#)

2. Разработка вопросов

- ☐ **Список вопросов:** Составлен исчерпывающий список вопросов, направленных на достижение цели опроса и получение необходимой информации.
- ☐ **Формулировки:** Вопросы сформулированы нейтрально, однозначно, кратко и понятно, без наводящих формулировок и жаргона.
- ☐ **Типы вопросов:** Использовано разнообразие типов вопросов (открытые, закрытые, одиночный/множественный выбор, шкалы оценок) для получения как количественных, так и качественных данных.
- ☐ **Шкалы оценок:** При использовании шкал оценок обеспечена их сбалансированность (наличие нейтрального варианта) и четкая градуировка.
- ☐ **Логика и структура:** Вопросы расположены логично, от простых к сложным, сгруппированы по темам для удобства респондентов.

- ☐ **Обязательные вопросы:** Определены обязательные вопросы, необходимые для решения задачи опроса (но минимизировано их количество).
- ☐ **Длина опроса:** Опрос оптимальной длины (не более 10 вопросов, время прохождения 5-7 минут) для максимизации уровня ответов.

Полезные ссылки:

- [Обзор лучших инструментов для онлайн-опросов](#)
- [Как выбрать подходящий инструмент для опроса](#)

3. Выбор инструмента и мотивация

- ☐ **Платформа:** Выбран инструмент для проведения опроса, учитывая функциональность, стоимость, ограничения бесплатной версии, требования информационной безопасности и интеграции с другими системами. Примеры: SurveyMonkey, Google Forms, Typeform, Яндекс.Взгляд, Qualtrics, SurveySparrow, Microsoft Forms.
- ☐ **Мобильная версия:** Убедитесь, что выбранная платформа адаптирована для мобильных устройств.
- ☐ **Стратегия мотивации:** Разработана стратегия мотивации пользователей к прохождению опроса (бонусы, геймификация, обращение руководства, объяснение важности участия, персонализированные приглашения).
- ☐ **Повышение конверсии:** Продуманы методы повышения конверсии (напоминания, удобное время проведения, доступность на разных устройствах).
- ☐ **Конфиденциальность:** Гарантирована конфиденциальность ответов и соблюдение требований к защите данных (GDPR и т.д.).

Полезные ссылки:

- [Использование поощрений для увеличения процентной доли ответивших](#)
- [Геймификация в онлайн-исследованиях: как создать мотивирующую анкету](#)

4. Тестирование, анализ, обработка и презентация данных

- ☐ **Пилотное тестирование:** Проведено тестирование опроса на небольшой фокус-группе для выявления и исправления потенциальных проблем.
- ☐ **Анализ и обработка:** Определены методы обработки количественных и качественных данных, выбраны инструменты для анализа и визуализации (Excel, Google Sheets, Tableau, Power BI и т.д.).

☐ **Визуализация:** Результаты визуализированы в понятном и наглядном виде (диаграммы, графики, таблицы) для презентации.

☐ **Отчет и презентация:** Подготовлен отчет с ключевыми выводами, рекомендациями и инсайтами. Проведена презентация результатов команде с обсуждением и планированием дальнейших действий.

Полезные ссылки:

- [Методы анализа данных опросов](#)
- [Как визуализировать результаты опроса](#)

5. Использование результатов и обратная связь

☐ **Внедрение изменений:** Разработан план действий по внедрению изменений на основе полученных данных с приоритизацией задач и назначением ответственных.

☐ **Дополнительные исследования:** Результаты опроса использованы для планирования дальнейших исследований (интервью, фокус-группы и т.д.).

☐ **Обратная связь с участниками:** Участникам опроса предоставлена обратная связь о результатах и планируемых изменениях. Выражена благодарность за участие.

☐ **Петля обратной связи:** Создана "петля обратной связи" для отслеживания эффективности внедренных изменений и получения дальнейшей обратной связи от пользователей.

Полезные ссылки:

- [Как использовать опросы для выявления бизнес-требований](#)
- [Сбор и анализ требований: техники для бизнес-аналитиков](#)

6. Дополнительные пункты

☐ **Согласования:** Получены необходимые согласования от руководства и отдела информационной безопасности.

☐ **Информационные материалы:** Подготовлены информационные материалы для пользователей (инструкции, пояснения и т.д.).

☐ **Метрики:** Определены метрики для оценки эффективности опроса и внедренных изменений.

Полезные ссылки:

- [Ссылка 1](#)

- [Ссылка 2](#)