

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

1. Планирование и постановка целей

- ☐ **Четкая цель:** Четко определено, зачем проводится опрос и какие вопросы он должен решить.
- ☐ **Целевая аудитория:** Определена целевая аудитория, включая роли, опыт и уровень технической грамотности. Аудитория сегментирована для получения более точных данных.

2. Разработка вопросов

- ☐ **Список вопросов:** Составлен список вопросов, направленных на достижение цели опроса. Нет вопросов, не относящихся к цели опроса.
- ☐ **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).
- ☐ **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).



Полезные ссылки:

- [Руководство: как подготовить и провести онлайн-опрос](#)
- [Н.Ф. Яковлева. Социологическое исследование. Учебное пособие](#)

3. Выбор инструмента и мотивация

- ☐ **Специализированная платформа:** Выбран инструмент для проведения опроса, учитывая функциональность, стоимость, ограничения бесплатной версии, требования информационной безопасности. Примеры: Яндекс Формы, Google Forms, SurveyMonkey, Typeform, Jotform, Microsoft Forms, LimeSurvey.
- ☐ **Другие инструменты:** Обратная связь собирается внутри приложения с помощью чат-бота/диалоговых окон/WebView.
- ☐ **Способ доставки опроса до пользователя:** Определен способ распространения опроса: email-рассылки, социальные сети, push-уведомления, корпоративные мессенджеры.
- ☐ **Стратегия мотивации:** Разработана стратегия мотивации пользователей к прохождению опроса (бонусы, геймификация, обращение руководства, объяснение важности участия, персонализированные приглашения, интересный дизайн).
- ☐ **Повышение конверсии:** Продуманы методы повышения конверсии (напоминания, доступность на разных устройствах).
- ☐ **Конфиденциальность:** Гарантирована анонимность или конфиденциальность ответов.

Полезные ссылки:

- [Защита персональных данных при проведении опроса в Интернете](#)
- [Геймификация в онлайн-исследованиях: как создать мотивирующую анкету](#)
- [4 фактора, повышающих уровень участия в опросе](#)
- [Собирайте обратную связь от клиентов с помощью чат-бота](#)
- [WebView: забыть нельзя интегрировать](#)
- [Как получить обратную связь в email-рассылке, не злоупотребляя временем клиентов](#)
- [Как делают опросы в письмах — практические примеры и советы](#)
- [Фидбек в мобильном приложении: как улучшить оценку в сторсах и сделать пользователя счастливым](#)

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. Проведена презентация результатов команде с обсуждением и планированием дальнейших действий.

Полезные ссылки:

- [Как анализировать и презентовать результаты опроса](#)
- [Анализ результатов опросов](#)
- [Опросы на сайте: Как интерпретировать полученные результаты](#)

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. Даны ответы на часто задаваемые вопросы. Выражена благодарность за участие.



Полезные ссылки:

- [Что такое петля фидбека — и почему так важно ее закрывать](#)

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.