

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

26 listopada 2018 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:** 26 listopada 2018 r.

**Miejsce:** PTBRiO, Szarotki 11, Warszawa

**Koszt do 18 października:** 899 zł, później 990 zł netto

**Kontakt:** [szkolenia@ptbrio.pl](mailto:szkolenia@ptbrio.pl), 22 648 44 92

» Więcej «

» Zgłoś się «