

# Consumer Research Canvas (Agnieszka Łebkowska, ale@agnieszkalebkowska.pl)

Inspired by **A. Osterwalder, Ives Pigneur**, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*

<b>DECYZJA (CEL)</b> Jaką decyzję chcemy podjąć na podstawie wyników badania?	<b>GRUPA DOCELOWA /POPULACJA</b> Kogo, jakich osób dotyczy ta decyzja?	<b>METODY</b> Czy potrzebujemy informacji jakościowych (pogłębienie, zrozumienie) czy ilościowych (%%)?
<b>WSKAŹNIKI</b> Jakie są kluczowe wskaźniki sukcesu przedsięwzięcia? - biznesowe:  - badawcze:	Jaka jest struktura badanej populacji (demograficzna? geograficzna? inne cechy?)	<b>FORMA KONTAKTU, ZBIERANIA DANYCH</b> W jaki sposób najwygodniej będzie udzielić odpowiedzi potencjalnym respondentom?  Czy w badaniu chcemy prezentować materiały wizualne?  Jakiej długości wywiad planujemy?
<b>OBECNA SYTUACJA</b> W jakiej sytuacji/jakim kontekście będzie odbywać się badanie?  Kontekst wewnętrzny (firma)  Kontekst zewnętrzny (rynek)  Poprzednie badania, informacje o sytuacji	<b>OPERAT losowania</b> Z jakich baz danych, kontaktów możemy skorzystać?	<b>FORMA WYNIKÓW</b> Kto jest adresatem wyników badania?  Jaki sposób/sposoby zaprezentowania wyników jest optymalny?



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.