

10.45 הכנת סקרי דעת לקוחות ושאלונים

תמצת וערך מתוך BABOK : איציק סיון

10.45.1 מטרה

סקר או שאלון משמשים לגילוי מידע הנחוץ לניתוח עסקי - כולל מידע על לקוחות, מוצרים, נוהלי עבודה וגישות - מקבוצת אנשים באופן מובנה ובזמן קצר יחסית.

10.45.2 תיאור

סקר או שאלון מציג סדרה של שאלות לבעלי עניין בנושא (SME), שתגובותיהם נאספות ומנותחות על מנת לגבש ידע בנושא העניין. השאלות ניתן להגשה בכתב או יכולות להיות מנהלות באופן אישי, באמצעות טלפון, או באמצעות טכנולוגיה אינטרנטית שיכולה לאגור תגובות.

קיימים שני סוגים של שאלות בסקר או בשאלון:

• **שאלות סגורות:** המשיב מתבקש לבחור מתוך רשימה מוגדרת מראש תגובות אפשריות, כגון תגובה כן / לא, בחירה ברירה מרובה, דירוג / החלטת סדר, או הצהרה הדורשת רמה של הסכמה. זה שימושי כאשר הטווח הצפוי של תגובות המשתמש מוגדר למדי ומובן. את התשובות לשאלות סגורות קל יותר לנתח מאשר שאלות פתוחות, משום שניתן לקשור אותם למקדמים מספריים ולבצע עליהם ניתוחים סטטיסטיים

• **שאלות פתוחות:** המשיב מתבקש לענות על שאלות בצורה חופשית מבלי שיצטרך לבחור תשובה מתוך רשימה של תגובות מוגדרות מראש. שאלות פתוחות שימושיות כאשר הנושאים ידועים אבל טווח התגובות של המשתמש לא. שאלות פתוחות עשויות להביא מידע חשוב נוסף ומגוון רחב יותר של תגובות מאשר שאלות סגורות. התשובות לשאלות פתוחות הן קשות יותר לסווג, לכמות, ולסיכום כיון שהם אינם מובנים ולעתים קרובות כוללות שפה סובייקטיבית עם תוכן חלקי או מיותר.

יש לשאול שאלות פתוחות באופן שאינו משפיע על נתוני התגובה. הם צריכים לבוא לידי ביטוי בשפה ניטרלית ולא צריכים להיות מובנים או כתובים ברצף שגורם למשיב לספק תשובות רצויות.

10.45.3 אלמנטים

1. הכנה

סקר או שאלון יעיל דורש תכנון מפורט על מנת להבטיח כי המידע הדרוש מתקבל בצורה יעילה. בעת הכנת סקר או שאלון, BA מבצעים את הפעולות הבאות:

- **הגדרת המטרה:** יעד ברור וספציפי קובע מטרה מוגדרת לסקר/לשאלון. השאלות מנוסחות עם כוונה לעמוד ביעד.
- **הגדרת קבוצת היעד של הסקר:** זיהוי הקבוצה הנסקרת במונחים של גודל האוכלוסייה או מאפיינים מיוחדים כגון: תרבות, שפה או מיקום מסייע בזיהוי גורמים שיכולים להשפיע על תכנון הסקר.
- **בחירת סוג הסקר/השאלון:** מטרת הסקר או השאלון קובעת את השילוב המתאים של שאלות סגורות ושאלות פתוחות כדי לגלות את המידע הנדרש.
- **בחירת קבוצת מדגם:** שקול את סוג הסקר או השאלון ואת מספר האנשים בקבוצת היעד על מנת לקבוע אם יש צורך וראוי לסקור את כל הקבוצה. זה יכול להיות חשוב לסקור את כל החברים - אפילו של קבוצה גדולה - אם הדמוגרפיה שלהם מצביעה על שונות רבה עקב התפלגות גיאוגרפית, הבדלים רגולטוריים, או חוסר תקינה בהגדרת התפקיד או בתהליך עסקי. אם האוכלוסייה גדולה וסוג הסקר הוא פתוח, זה יכול להיות הכרחי לזהות תת קבוצה של משתמשים שיענו על השאלון/הסקר. שימוש בשיטת דגימה סטטיסטית יסייע להבטיח כי המדגם שנבחר הוא נציג של האוכלוסייה כך שניתן יהיה להכליל את תוצאות הסקר באופן מהימן.
- **בחירת שיטות ההפצה והאיסוף:** יש לקבוע את שיטת התקשורת שמתאימה לכל קבוצת מדגם.
- **הגדרת רמת היעד וציר הזמן לתגובה:** יש לקבוע מהו שיעור תגובה מקובל ומתי התהליך סגור לתגובות נוספות. אם שיעור התגובה בפועל נמוך מהסף המקובל, השימוש בתוצאות עשוי להיות מוגבל.
- **קביעת ראיונות אישיים לפי הצורך:** סקר או שאלון לא מספקים תמיד את עומק הנתונים הנדרש. כדאי לשקול לבצע ראיונות עומק אישיים לפני או אחרי ביצוע הסקר על מנת לקבל מבט מקיף יותר.
- **כתיבת שאלות הסקר:** יש לוודא שכל השאלות תומכות במטרות הסקר
- **בדיקת שימושיות:** יש לבצע בדיקת שימושיות לשאלות על מנת לזהות טעויות והזדמנויות לשיפור.

2. הפצת הסקר או השאלון

- כאשר מפיצים את הסקר או השאלון, חשוב להודיע על מטרות הסקר, אופן השימוש בתוצאותיו, וכן את כל הסדרי הסודיות או האנונימיות שנגקטו. כאשר מחליטים על שיטת הפצה BA חייב לשקול
- הדחיפות בהשגת התוצאות,
 - רמת הביטחון הנדרשת
 - החלוקה הגיאוגרפית של המשיבים.

3 תיעוד התוצאות

כאשר מתעדים את תוצאות הסקר או השאלון, BA חייב:

- לאסוף את התשובות
- לסכם את התוצאות
- להעריך את הפרטים ולזהות את כל הנושאים המתעוררים,

- לנסח כללים לקידוד הנתונים
- לחלק את הנתונים לקטגוריות מדידות.

10.45.4 שיקולי שימוש

חוזקות

- מהיר וזול יחסית לניהול.
- קל יותר לאסוף מידע מקהל גדול יותר מאשר טכניקות אחרות כגון ראיונות.
- בדרך כלל לא דורש זמן משמעותי מהמשיבים.
- יעיל ואפקטיבי כאשר בעלי העניין מפוזרים גיאוגרפית.
- בעת שימוש בשאלות סגורות, סקרים יכולים להיות יעילים להשגת נתונים כמותיים לשימוש בניתוח סטטיסטי.
- בעת שימוש בשאלות פתוחות, תוצאות הסקר עשויות להניב תובנות ודעות שלא מתקבלות בקלות באמצעות טכניקות אחרות.

מגבלות

- כדי להשיג תוצאות לא משוחדות, נדרשות מיומנויות מיוחדות בשיטות דגימה סטטיסטית בעת בדיקת קבוצות משנה של משיבים פוטנציאליים.
- שיעורי התגובה עשויים להיות נמוכים מדי עבור מובהקות סטטיסטית.
- שימוש בשאלות פתוחות דורש ניתוח נוסף.
- שאלות עמוקות יכולות להישאר ללא מענה או להתקבל עם מענה שגוי.
- עשויות להידרש שאלות מעקב או יותר איטרציות לסקר בהתאם לתשובות שמתקבלות