

Podrobný návod prvého oslovenia respondenta užívateľského výskumu

Informácie k vášmu konkrétnemu výskumu (vždy prispôbujeme konkrétnemu projektu – toto je vzor)

Je možné, že sa bude potenciálny respondent **pýtať na detaily toho, ako bude výskum prebiehať**, to či bude nahrávaný a podobne. Pripájame preto najzásadnejšie informácie o priebehu a forme budúceho výskumu.

Informácie nemusíte respondentovi popisovať detailne a kludne sa odkážte na nás, ako designérov, ktorí všetko podrobne objasnia. To isté platí, ak by ste na niečo ohľadom výskumu nevedeli odpovedať - nechajte odpoveď na nás a uzavrite otázku respondenta tým, že designéri určite nájdu vyhovujúcu formu a radi sa dohodnú.

Zásadná informácia, ktorú by ste mali odkomunikovať respondentom je: **nebude to nič náročné a nemusíte sa ničoho báť, bude to príjemné povídaní**

Respondent by ma splňovať nasledovné kritéria:

- V posledných dvoch mesiacoch nakúpil na vašom e-shope
- Dokopy nakúpil viac ako tri krát
- Nakupuje viac druhov čajov (napr. biely, čierny, zelený)
- Zaujímajú nás skôr zákazníci s vyššími objednávkami

Forma plánovaného výskumu

Téma rozhovoru: výber a nakupovanie čaju prostredníctvom e-shopu

Dĺžka rozhovoru: približne 45 minút až hodina

Forma: osobné stretnutie a neformálny rozhovor s designérom

Kde: na pobočke našej čajovne, prípadne v inom tichom a kludnom prostredí

Kedy: konkrétny dátum bude dohodnutý s designérom

Monitorovanie rozhovoru: designér si bude zapisovať poznámky, rozhovor nebude nahrávaný

Ako a na čo budú zistenia použité: všetky informácie sú anonymizované a nebudú spájané s konkrétnym respondentom a len designér bude vedieť, kto informácie poskytol a informácie použijeme na sprehľadnenie ponuky čajov na e-shope

Odmena: dárkový poukaz na ochutnávku čajov v našej čajovni pre dve osoby v hodnote 500 Kč

Kontakt na respondenta bude odovzdaný: designérovi Matejovi Chyl'ovi, webdesignové štúdio Liquid Design (matej@lqd.cz)

Rýchly check list oslovenia respondenta

Počas prvého oslovenia by ste mali potencionalneho respondenta informovať o tom:

- Čo od neho chceme
- Prečo potrebujeme práve jeho
- Ako bude prebiehať získavanie informácií
- Prečo by nám mal pomôcť
- Ak je to potrebné vyvráťte možné obavy (nejedná sa o predajnú techniku)
- Ďalšom postupe a vyžiadať súhlas s odovzdaním kontaktu designérom
- Prípadne dohodnúť termín

Všeobecné pokyny

Forma oslovenia

- **Zachovajte si váš bežný slovník** a spôsob komunikácie, ktorý s respondentom používate
- Respondenta oslovuje tá **osoba, ktorá ho najlepšie pozná** a má s ním najbližší vzťah
- Ak je to možné, **zrealizujte prvé oslovenie osobne alebo telefonicky**. Je dosť možné, že respondent bude mať pár otázok, ktoré je lepšie rovno zodpovedať
- Ak to nie je potrebné, tak **s respondentom nerozoberajte podrobne formu a priebeh výskumu** a čo najskôr vyžiadajte súhlas s odovzdaním kontaktu nám designérom, my všetko podrobne vysvetlíme a zodpovieme prípadné dotazy
- Je vhodné **budúci výskum popisovať, ako nezáväzný pokec**, neformálne vyprávanie, poskytovanie spätnej väzby a radšej sa vyhnúť slovám ako výskum

Odovzdanie kontaktu a informácií designérovi

Designér bude okrem kontaktov typicky potrebovať vedieť aj:

- Kto je respondent (muž, žena, približný vek, ako často využíva váš produkt či službu)
- Je niečo čomu je dobré sa počas výskumu vyhnúť (napr. na čo nie je dobré sa pýtať)
- Aký je vzťah medzi respondentom a firmou (dlhoročný zákazník, konkurenčný zákazník)
- Ako reagoval respondent na oslovenie (bol ochotný, prejavil záujem pomôcť)
- Bola sľúbená respondentovi odmena (aká)
- Odpoveď na screeningovú otázku (ak bola zadaná)

Vzor kontaktovania

Neformálny vzťah s klientom

*Ahoj Honza,
chcel by som ťa poprosiť o spoluprácu pri tvorbe nášho nového firemného webu.*

Spolu s webovým štúdiom, ktoré sme si najali pripravujeme našu novú online prezentáciu. Od teba by sme potrebovali, aby si designérom, ktorí pre nás začínajú pracovať trochu objasnil, akým spôsobom využívaš naše produkty a služby. Designérom to pomôže lepšie pochopiť, čo je pre teba a ďalších zákazníkov dôležité a následne budú schopní navrhnúť web, kde sa budú naši zákazníci lepšie orientovať.

Rozhovor s designérmi bude pre teba určite zaujímavá skúsenosť, kde budeš môcť nahliadnúť k práci špecialistov na tvorbu webu. Komunikácia s designérmi je príjemná a neformálna. Navyše si nemusíš nič dopredu pripravovať.

Ak by si s rozhovorom súhlasil, tak môžeš ako jeden z mála našich zákazníkov ovplyvniť, ako bude vyzeráť náš budúci web. Za tvoj čas by som ťa navyše obdaroval poukážkou na nákup v našom obchode.

Venuješ nám približne hodinu tvojho času? Ak by si súhlasil, tak prepošlem tvoje kontaktné údaje designérom a jeden z nich sa ti ozve a dohodne s tebou ďalší postup. Designéri spomínali, že môžu prísť ku vám do firmy alebo by ťa prípadne pozvali na obed.

*Tvoja spolupráca by nám veľmi pomohla.
S pozdravom
Spokojný zástupca zadávateľa webu s budúcim fungujúcim webom.*

Pri neformálnej komunikácii a oslovovaní respondentov sa držte týchto bodov:

- **Chodte rovno k veci** - potrebujeme pomôcť, pokecal by si si prosím s designérom?
- Motiváciu smerujte formou láskavosti, ktorú určite oplatíte a na to, že respondent bude mať možnosť ovplyvniť budúcu podobu webu a poskytovanej služby
- **Snažte sa respondenta presvedčiť k účasti** s tým, že respondent s designérom preberie už len pár detailov - respondent vyhovie skôr vám, ako neznámemu designérovi

Formálny vzťah s klientom

*Dobrý deň pán Novák,
dovoľte mi osloviť Vás na základe Vášho dotazu na podporu, kde ste sa pýtal na možnosť expedovania čaju v inom, ako štandardne balenom množstve. Kolegovia z podpory ma informovali, že Vám bolo doručené Vami preferované množstvo vybraných čajov, a že ste bol s prácou našej podpory spokojný.*

Na základe Vašich špecifických požiadaviek by som Vás chcel poprosiť o spoluprácu pri úpravách nášho webu. Pripravujeme totiž radu zmien na našom webe a veľmi by nám pomohlo, keby sme pred ich zapracovaním mohli získať viac informácií od našich zákazníkov.

Chcel by som sa Vás preto spýtať či by ste nám bol ochotný pomôcť? Zmeny v prezentácií realizujeme za pomoci špecialistov z webového štúdia. A práve jeden z designérov, ktorý pre nás pracuje by s Vami zrealizoval približne hodinový rozhovor. Aj na základe rozhovoru s Vami, by nám následne špecialista na webové stránky odporučil sériu zmien v našej online prezentácií.

Cieľom rozhovoru by bolo bližšie pochopiť Vaše preferencie, ako nášho zákazníka a na ich základe v budúcnosti prispôbiť prezentáciu našich produktov, nie len na webe. Veríme, že z týchto zmien by ste mohol mať v budúcnosti osov Vy, ako aj ďalší milovníci čajov.

Vážime si Vašu doterajšiu priazeň a Váš čas. Ako poďakovanie za prípadnú účasť na rozhovore by sme Vás radi pozvali na bezplatnú ochutnávku čajov. Cieľom týchto ochutnávok je vybrať nové čaje, ktoré následne zaradíme do našej stálej ponuky. Mali by ste tak možnosť ochutnať veľké množstvo zaujímavých čajov.

Boli by ste ochotný sa zúčastniť rozhovoru? Ak by ste súhlasili, tak by sme odovzdali Vaše kontaktné údaje designérovi p. Chyľovi z webdesignovej agentúry Liquid Design a ten by s Vami dohodol ďalší postup.

Vaša spolupráca by bola pre nás veľmi užitočná.

S pozdravom

Spokojný zástupca zadávateľa webu s budúcim fungujúcim webom.

Pri formálnom oslovovaní respondentov sa držte týchto bodov:

- **Opíšte, prečo potrebujete pomôcť a prečo práve od daného respondenta** (dajte mu najavo, že je pre vás výnimočný a nie je len jeden zo zákazníkov)
- Ubezpečte budúceho respondenta, že sa nejedná o žiadnu reklamu ani ponuku služieb, ale ide len o zistenie užívateľských preferencií
- **Jasne komunikujte odmenu alebo protihodnotu**
- **Nesnažte sa respondenta nutne presvedčiť**, vašim cieľom by malo byť získať súhlas na odovzdanie kontaktných údajov designérom
- Nezachádzajte zbytočne do detailov budúceho výskumu, poskytnite informáciu, že designér s respondentom dohodne všetky detaily a nájde vyhovujúcu formu rozhovoru

Bude vás zaujímať

Viac užitočných informácií o nábore respondentov a užívateľskom výskume nájdete na našom blogu v článku:

[Náš najčastejší spôsob nábora respondentov pre užívateľský výskum](#)

[bit.ly/nabor-respondentov]