

تکنیک های نظرسنجی (درس عملی)

دانشجویان گرامی:

لطفا در مورد یکی از گزینه های زیر نظر سنجی انجام داده و حاصل کار خود را به استاد مربوطه ارائه دهید این فعالیت شامل مراحل زیر است:

الف - انتخاب موضوع نظرسنجی

۱. نظرسنجی در مورد فعالیت فرهنگی که در محل کار یا محل زندگی شما رخ داده است.
۲. نظرسنجی در مورد برنامه تلویزیونی یا سینمایی که در حال اکران است.
۳. نظرسنجی در مورد برنامه تئاتر و موسیقی که اجرا شده است.

ب - طراحی پرسشنامه

ج - پخش پرسشنامه از یکی از روشهای زیر که توضیح داده شده است

د - جمع بندی داده ها در قالب جدول و نمودار.

همه موارد بالا در پوشه ای ارائه گردد.

وقتی محصولی را خریداری یا خدماتی را دریافت می‌کنید، از طرف آن شرکت یا برند به روش‌های مختلف با شما ارتباط برقرار کرده و نظر شما را در مورد آن محصول یا خدمات جویا می‌شوند. انجام نظرسنجی از مشتریان، یکی از ویژگی‌های بسیار خوب برندها و شرکت‌های خصوصی و دولتی است. چرا که نظر سنجی از مشتریان باعث می‌شود، نیاز جامعه هدف مشخص شود و همچنین نیاز مشتریان در اولویت قرار گیرد، کیفیت محصول و خدمات بالا می‌رود و از همه مهم‌تر باعث رضایت و تعامل بیشتر با مشتریان می‌شود. از این رو مشاغل و کسب‌وکارهای مختلف می‌توانند از روش‌های مختلف نظرسنجی استفاده کرده و با مشتریان خود در ارتباط باشند. انتخاب این روش‌ها با توجه به نوع محصول و خدمات متفاوت است. اما کسب‌وکارها باید در نظر داشته باشند که استفاده از روش‌های سریع‌تر مثل نظرسنجی‌های آنلاین و پیامکی می‌تواند بازده سریع‌تری را به همراه داشته باشد. چراکه اگر بازه زمانی طولانی از زمانی که مشتری محصول را خریداری می‌کند تا زمانی که با او جهت نظرسنجی ارتباط برقرار شود، خیلی زیاد شود، درواقع مشتریان دیگر تمایلی به شرکت در نظرسنجی ندارند.

آشنایی با انواع روش‌های نظرسنجی

در ادامه به ۱۰ تا از بهترین روش‌های نظرسنجی که کسب‌وکارها می‌توانند برای ارتباط با مشتریان خود از آن‌ها استفاده کنند خواهیم پرداخت:

• نظرسنجی چهره به چهره

در این روش از نظرسنجی، مصاحبه شونده‌گان در زمان مقرر در مکانی که از پیش تعیین شده است حضور پیدا کرده و مصاحبه‌کننده سوالاتی از پیش تعیین شده را از او خواهد پرسید. حتی در برخی موارد نیازی نیست شرکت‌کننده خودش فرمی را پر کند که این امر برای نظرسنجی کردن از افرادی که دارای سواد کمتری هستند بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این روش از نظرسنجی سوالات با توضیحات بیشتری پرسیده می‌شود و شرکت‌کننده می‌تواند به صورت عمیق‌تر و بدون هیچ اضطرابی به سوالات پاسخ دهد. اما اگر بخواهیم در مورد معایب نظرسنجی چهره‌به‌چهره بگوییم می‌توان به این نکته اشاره کرد که، این روش نظرسنجی نسبتاً هزینه زیادی دارد و فرد مصاحبه‌کننده باید بسیار در کارش متخصص باشد که استخدام چنین

افرادی می‌تواند هزینه بالایی را به همراه داشته باشد. مسئله دیگر طولانی شدن زمان مصاحبه است که می‌تواند به تردید شرکت کننده در طول مصاحبه و همچنین تغییر نظر او منجر شود.

• نظرسنجی گروه محور

این روش نظرسنجی نیز به گونه‌ای مثل نظر سنجی چهره به چهره است با این تفاوت که فرد مصاحبه کننده باید با گروه ۶ الی ۱۰ نفری نظر سنجی را انجام دهد. این روش نظرسنجی نیز هزینه زیاد و زمان طولانی را می‌طلبد و از طرفی، صحبت‌های برخی شرکت کنندگان می‌تواند باعث تغییر نظر سایر شرکت کنندگان شود.

• نظرسنجی نمونه برداری

در نظرسنجی به روش نمونه برداری، گروهی از افراد به صورت تصادفی تنها برای شرکت در نظرسنجی انتخاب می‌شوند و در چندین دوره در نظرسنجی‌ها شرکت می‌کنند. در طی این روش نظرسنجی‌های مشابه برای گروه هدف چند مرحله در طی هفته‌ها و ماه‌ها تکرار می‌شوند و تغییرات یک متغیر در طول زمان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

• نظرسنجی تلفنی

تقریباً می‌توان گفت که همه با نظرسنجی‌های تلفنی آشنا هستند. در این روش مصاحبه کننده با شماره مشتری تماس گرفته و از او می‌خواهد که به چند سوال پاسخ دهد. اما این روش معایبی دارد. زمان مناسب تماس بسیار حائز اهمیت است و همچنین شاید مشتری زمان زیادی برای پاسخ‌گویی نداشته باشد در بهترین حالت به سوالات سریع و بی‌دقت پاسخ می‌دهد و در بدترین حالت حاضر به همکاری نیست. نکته بعدی این است که شاید برخی از مشتریان اصلاً پاسخ شماره‌های ناشناس را ندهند. بزرگ‌ترین عیب نظرسنجی تلفنی این است که گاهی مشتری آن‌را با بازاریابی تلفنی اشتباه می‌گیرد.

• نظرسنجی پستی

همان‌طور که از نام این روش نظرسنجی مشخص است، مشاغل و کسب‌وکارها فرمای نظرسنجی را برای مشتریان خود از طریق پست ارسال می‌کنند. در این روش شاید مشتریان به دلیل مشغله زیاد فرم‌ها را اصلاً پر نکنند و همچنین به دلیل ارسال مجدد از طریق پست زمان کافی برای انجام این کار نداشته باشند. همچنین در این روش نظرسنجی، هزینه پست با مشتریان است.

• باجه یا کیوسک نظرسنجی

احتمالاً در مراکز خرید با کیوسک‌های نظرسنجی در مورد محصولات و خدمات مواجه شده‌اید. یک سری از این باجه‌ها به صورت آنلاین فرم‌های نظرسنجی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند و برخی دیگر افرادی درون آن وجود دارند که از مشتریان می‌خواهند فرم‌های نظرسنجی را پر کنند. اما ایراد این روش نظرسنجی این است که بیشتر مشتریان به این باجه‌ها توجهی نشان نمی‌دهند و دوم آنکه اگر مشکل فنی مثل قطعی اینترنت به وجود بیاید مشتریان از نظر سنجی منصرف می‌شوند.

• فرم‌های نظرسنجی کاغذی

بله هنوز هم کسب‌وکارهایی وجود دارند که از فرم‌های نظرسنجی کاغذی استفاده می‌کنند و در بزنگاه‌های مختلف از مشتریان خود می‌خواهند که فرم‌های نظرسنجی را پر کنند. این نوع از نظرسنجی مزایا و معایبی را دارد. مزایای آن این است که برای استفاده از آن نیازی به اینترنت و رمز عبور و آگاهی مردم از چگونگی استفاده از آن وجود ندارد و از معایب آن می‌توان به هزینه بالا جهت چاپ و همچنین استفاده از کاغذهای زیاد است که دوست‌داران محیط زیست از این روش اجتناب خواهند کرد.

• نظرسنجی ایمیلی

یکی از روش‌های مرسوم که این روزها برای نظرسنجی استفاده می‌شود، ایمیل است. مشاغل و کسب‌وکارهای فرم‌های نظرسنجی خود را برای مشتریان ارسال کرده و از آنان می‌خواهند که در این نظرسنجی شرکت کنند. این روش بسیار سریع است و همان‌موقع نظر مشتریان در سرور ثبت می‌شود اما این روش را می‌توان تنها برای نسل جدی و آن دسته از افرادی ارسال کرد که می‌دانند چطور باید آنلاین شد و این فرم‌ها را پر کرد.

• نظرسنجی پیامکی

یکی از سریع‌ترین و پرطرفدارترین روش‌های نظرسنجی استفاده از پیامک است. در این روش به محض خرید، پیامک نظرسنجی برای مشتریان ارسال می‌شود و آن‌ها می‌توانند یا از طریق ارسال عدد میزان رضایت خود را اعلام کنند و یا اسنکه با کلیک روی لینک به صفحه فرم نظر سنجی وارد شده و پاسخ سوالات را بدهند. از آنجایی که ارسال پیامک‌های نظرسنجی به صورت انبوه مقرون‌به‌صرفه است و سریع بازخورد مشتریان مشخص می‌شود و همچنین زمان زیادی از مشتریان برای پاسخ‌گویی گرفته نمی‌شود. بسیار مورد استقبال مشاغل و همچنین مشتریان است.

• نظرسنجی آنلاین

یکی از متداول‌ترین روش‌های نظرسنجی که این روزهای مشاغل و کسب‌وکارها از آن استفاده می‌کنند، نظرسنجی‌های آنلاین است. چراکه هم بسیار مقرون‌به‌صرفه و هم روشی بسیار است. نظرسنجی آنلاین با استفاده از فرم‌سازها در وبسایت‌ها امکان پذیر است و مشتریان می‌توانند به سرعت فرم‌های نظرسنجی را پر کنند. اما اگر بخواهیم از معایب آن بگوییم، می‌توان به عدم دسترسی برخی مشتریان و از همه مهم‌تر عدم آگاهی از دانش پر کردن فرم‌ها اشاره کرد و نکته حائز اهمیت بعدی این است که اگر سوالی دارای ابهام باشد مصاحبه‌کننده‌ای وجود ندارد که توضیحاتی را به شرکت‌کننده بدهد.

از بین انواع طراحی نظرسنجی که تا اینجا عنوان شده یکی از جدیدترین این روش‌ها استفاده از سایت‌هایی است که به صورت رایگان ابزار نظرسنجی آنلاین را در اختیار شما قرار می‌دهند. با استفاده از این سایت نظرسنجی می‌توانید فرم‌هایی با حداکثر امکانات برای نظرسنجی آنلاین ایجاد کنید و به صورت هدفمند و هوشمند نظر سنجی ایجاد نمایید.

انواع سایت‌های پرطرفدار در ایران را در ادامه ذکر می‌کنم:

۱. سایت پرس لاین
۲. سایت فرم افزار
۳. فرم ساز گوگل
۴. پرسال

حالا بعد از ایجاد نظرسنجی آنلاین باید لینک این فرم را به طریقی به مشتری رسانده تا بتواند به سوالات موجود در نظرسنجی آنلاین پاسخ دهد.

میتوانید در بیه صفحه ی کاری قرار دهید ، یا از طریق کانال اطلاع رسانی به مشتریان ارسال نمائید و یا حتی در متن پیامک های خود ارسال کنید تا به دست مشتری برسد.

برای قرار دادن لینک نظرسنجی در متن پیامک و ارسال آن به صورت انبوه به شماره های خودتان و بانک شماره موبایل ، می توانید از یک [پنل اس ام اس](#) رایگان استفاده کنید.