

Media@Survey

I tuoi sondaggi e le ricerche di mercato online.

Media@Survey semplifica le vostre indagini online per analisi sui vostri prodotti e servizi e per raccogliere feedback di clienti, partner e dipendenti

Nell'attuale mercato competitivo, ascoltare clienti, fornitori e dipendenti è indispensabile per migliorare i propri prodotti e servizi. Nessuna azienda può conoscere meglio dei propri clienti le loro esigenze e capire perché comprano o non comprano.

I sondaggi online sono sempre più usati a questo scopo: strumento poco invasivo, permette di raccogliere motivazioni, idee e feedback, facendo sentire gli stakeholder partecipi al cambiamento dell'azienda. Sono veloci, relativamente poco costosi, ma devono essere usati per sondaggi chiari per la massima efficacia. Di seguito, come funziona **Media@Survey**, per cosa si usa e alcuni consigli per sondaggi di successo.

Cosa è Media@Survey

Media@Survey è un servizio per condurre analisi di mercato e sondaggi online su un ampio target di contatti e-mail. Il servizio permette di creare **questionari web strutturati**, inviare **email** per la compilazione ad un target preselezionato. Lo strumento raccoglie in modo automatico le risposte in un database, fornendo online report standard e i dati grezzi delle risposte per analisi self-service con Excel o altri tool statistici (SPSS, R, etc) o report ad-hoc fatti dai consulenti Media.

Applicazioni delle Indagini Online

Tipiche applicazioni di **Media@Survey** sono il supporto ad analisi qualitative e quantitative per:

- Indagini su **soddisfazione dei clienti**.
- Analisi dei bisogni formativi e della **soddisfazione dei dipendenti**.
- Raccolta idee per sviluppo **prodotti e servizi**.
- Raccolta **opinione clienti** su prioritizzazione degli investimenti di roadmap prodotti.
- Generazione e **qualifica prospect**.
- Richiesta di informazioni per organizzare **agende e contenuti** di eventi.
- **Feedback** valutativi di **eventi e progetti**.

Organizzare un Sondaggio

Media@Survey si basa su un applicativo web che consente di organizzare un sondaggio con processo definito. Le fasi in cui **Media@Survey** articola un sondaggio sono:

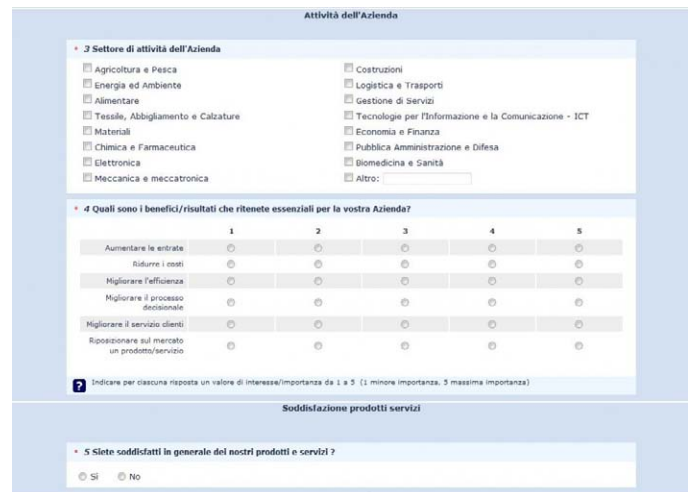


Figura 1- Esempio sondaggio con Media@Survey

- Creazione di un questionario online con scelta tra vari tipi di domande (aperte, chiuse, risposte multiple, matrici, campi testo, etc.). Il flusso delle domande può cambiare dinamicamente nelle interviste in funzione delle risposte (es: in caso di valutazione negativa, il programma può aggiungere una domanda sui motivi del giudizio).
- Inserimento del database di contatti e-mail con possibilità di segmentare il target in campioni stratificati ed invii mail differenziati.
- Impostazione delle opzioni del sondaggio (risposte anonime o tracciate, possibilità di salvare questionari, formato pagine, etc.).
- Invio delle email al target per la compilazione e gestione dei successivi reminder. I template email sono personalizzabili nella grafica e nei campi variabili (nome, cognome, firma, etc.).
- Somministrazione del questionario online con pagine web personalizzate per ogni contatto (messaggi di introduzione, ringraziamento, etc.).
- Raccolta delle risposte in un database con possibilità di estrarre i dati in vari tipi di formato (Excel, v, CSV, ...) per analisi di dettaglio.
- Generazione istantanea di report standard in formato word, pdf o Excel con i risultati.
- Elaborazione da parte di consulenti Media di cruscotti e report ad-hoc (esempio sotto) per interpretare al meglio i risultati e per facilitare l'analisi e la comparazione di indicatori chiave.



Partner nella Comunicazione



Figura 2 - Esempio cruscotto con indicatori chiave

Realizzare sondaggi efficaci

Lo strumento web non è tutto. I sondaggi online richiedono al vostro target un po' del loro prezioso tempo da dedicare a voi: devono essere focalizzati e ideati per ottenere in poco tempo le risposte ad un problema specifico di cui il target è conscio.

Nel telemarketing un operatore specializzato può stimolare il target a rispondere e valutare idee nuove adattando la conversazione. Nei sondaggi online il target risponderà in modo diretto, ma solo se il sondaggio lo interessa, se è coinciso e gli pone domande cui può rispondere, altrimenti abbandonerà presto.

Per una indagine efficace è necessario chiedersi:

- Qual è l'obiettivo chiave del sondaggio?
- Cosa volete ottenere coinvolgendo il target?
- Che decisioni saranno prese in base ai risultati?
- Come saranno valutate le risposte per decidere e di quali dati avete realmente bisogno?
- Come beneficerà il target del sondaggio e perché dovrebbe dedicarvi del tempo?

Sembra ovvio, ma qualità e quantità di sondaggi completati nella campagna dipendono da questionari ben scritti. Alcune regole:

- 1. Meglio un questionario breve che lungo.** Il tempo ideale dedicato ai sondaggi è 6-10 minuti; più di venti domande faranno desistere. Resistete alla tentazione di raccogliere dati in eccesso se non funzionali allo scopo.
- 2. Usate domande chiuse e facili da capire.** Preferite domande chiuse a risposta multipla, usando domande aperte come specifica per nuove idee. Usate scale di valutazione numeriche omogenee per confrontare le diverse risposte alle diverse domande.
- 3. Raggruppate logicamente le domande correlate.** Meglio fare domande generiche prima e poi quelle specifiche. Risposte a domande legate sono più veloci se vicine.
- 4. Fate domande sensibili alla fine.** Dopo aver investito tempo, i partecipanti saranno più aperti a rispondere a domande personali o difficili verso la fine senza rischio di abbandono.

- 5. Progettate il flusso condizionale.** Decidete di porre domande solo condizionate alle risposte precedenti per evitare domande inutili e rendere agile il questionario.
- 6. Rassicurate il target sulla privacy** e l'anonimità dei dati raccolti.
- 7. Curate il flusso e testatelo.** Usate un campione di utenti prima di andare online su tutta la lista. Se siete incerti su aspetti chiave, fate una campagna di 100 telefonate con il telemarketing prima di estendere il sondaggio.
- 8. Offrite, se possibile, un incentivo.** Capite quale vantaggio proporre al target per coinvolgerlo al successo della ricerca: un miglioramento dei servizi, una consulenza gratuita o un estratto dei risultati aggregati.
- 9. Analizzate i risultati in dettaglio,** ricostruendo dal database risposte con gli indicatori ad hoc che vi eravate prefissi per le decisioni. Inserite e leggete tutti i campi aperti con suggerimenti.

Pregi e limiti, quando usarlo

Media@Survey è uno strumento che offre un costo ottimale per generare risposte sufficienti partendo da elevatissimo numero di contatti. I pregi sono costo, velocità, completezza dei risultati quantitativi. Di contro, le campagne email hanno un tasso di risposta, per un target sconosciuto, del 2% circa: quindi gli invii devono essere tantissimi.

I sondaggi online sono inoltre inefficaci per problemi complessi o parzialmente noti: se i prodotti sono sconosciuti o se studiate servizi con proposizione di valore complessa è meglio usare il Telemarketing. Sovente è ottimale combinare i due strumenti: il telemarketing per comprendere meglio il target ante sondaggio, **Media@Survey** per ottenere il massimo numero di risposte online e una campagna telefonica sulle non risposte.

Il supporto Media

Media può realizzare la sola esecuzione con l'applicativo web su un vostro sondaggio o può fornirvi consulenza nelle fasi che desiderate: analisi del problema, ideazione del questionario più efficace e l'elaborazione dei risultati con dashboard personalizzate per le vostre decisioni.

[Contattateci](#) per un preventivo, spiegandoci obiettivi del sondaggio e target. Potete vedere qui la [demo online](#) di un questionario e telefonarci per avere maggiori informazioni, esaminare una delle referenze o un caso di studio di **Media@Survey**.

Chi siamo

Nata nel 1987, Media è una azienda di marketing e comunicazione specializzata in servizi "chiavi in mano". In oltre trent'anni, Media è stata scelta da centinaia di aziende, enti e associazioni di categoria nazionali per migliorare efficacia del marketing diretto.