Результаты опроса

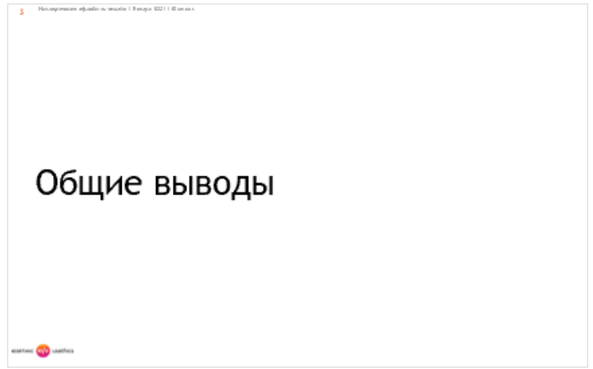
ОФЛАЙН VS ОНЛАЙН

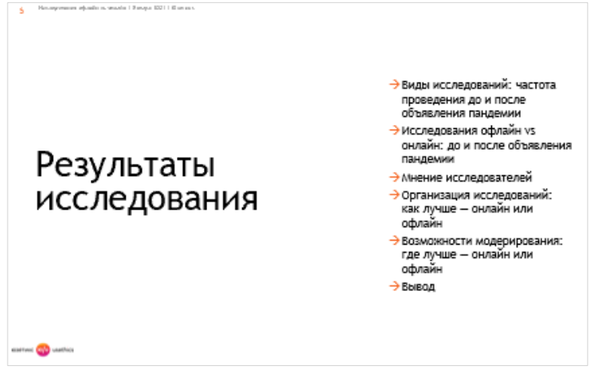
Как теперь ~~жить~~ исследовать будем?

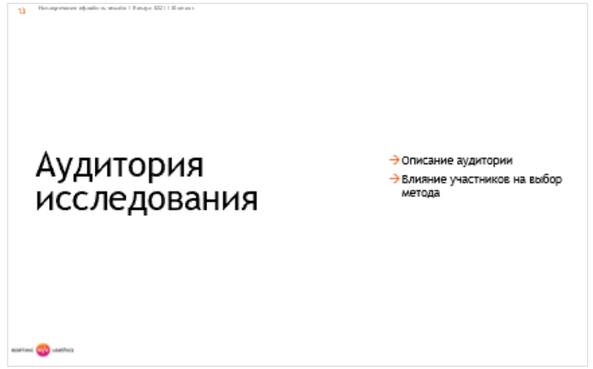
юзётикс usethics

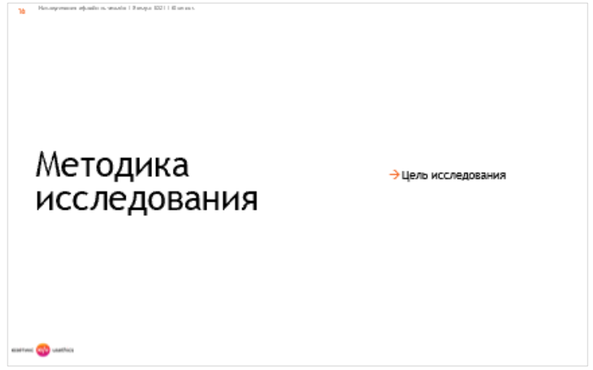
Январь 2021

Содержание


3
Общие выводы


5
Результаты исследования
Виды исследований: частота проведения до и после объявления пандемии
Исследования офлайн vs онлайн: до и после объявления пандемии
Мнение исследователей
Организация исследований: как лучше – онлайн или офлайн
Возможности модерирования: где лучше – онлайн или офлайн
Вывод


13
Аудитория исследования
Описание аудитории
Влияние участников на выбор метода


18
Методика исследования
Цель исследования

Общие выводы

Общие выводы

Исследования в период пандемии

- Наиболее популярные исследовательские активности — интервью и опросы — в период пандемии COVID-19 проводятся примерно с той же частотой, как и до объявления пандемии в марте 2020 года. Чаще стали проводить юзабилити-тестирования. Реже проводятся групповые и контекстные исследования.
- Интервью и юзабилити-тестирования почти полностью переместились в онлайн.
- Заметно чаще стали проводиться онлайн-воркшопы.

Будущее исследований

- Большинство респондентов считают, что после пандемии исследования будут проводиться в основном онлайн или чаще онлайн.
- Однако анализ аспектов модерирования указывает на то, что есть причины, которые могут привести к возврату к офлайн-методам.
- С одной стороны, с организационной точки зрения онлайн-исследования не уступают офлайн-исследованиям и даже превосходят их по ряду важных параметров. Основное преимущество онлайн-исследований — более высокая скорость проведения исследований.
- С другой стороны, в части модерирования онлайн-исследования значительно уступают офлайн-исследованиям, причем самым важным и одновременно одним из наиболее проблемных для онлайн-исследований аспектов проведения/модерации исследования оказалась *простота технических настроек для респондента*.

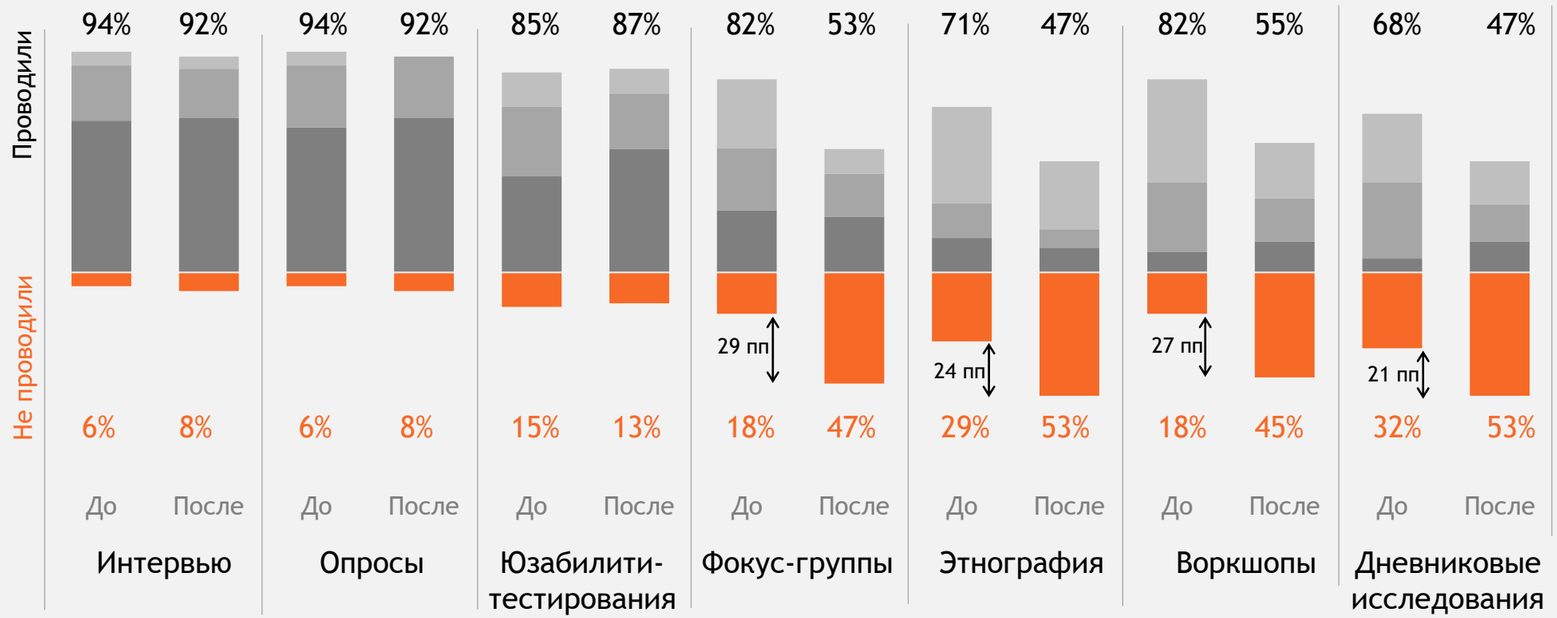
Результаты исследования

- Виды исследований: частота проведения до и после объявления пандемии
- Исследования офлайн vs онлайн: до и после объявления пандемии
- Мнение исследователей
- Организация исследований: как лучше — онлайн или офлайн
- Возможности модерирования: где лучше — онлайн или офлайн
- Вывод

Виды исследований: частота проведения

- Частота проведения наиболее распространенных видов исследований не изменилась.
- Заметно реже стали проводить групповые виды активностей, а также контекстные исследования.

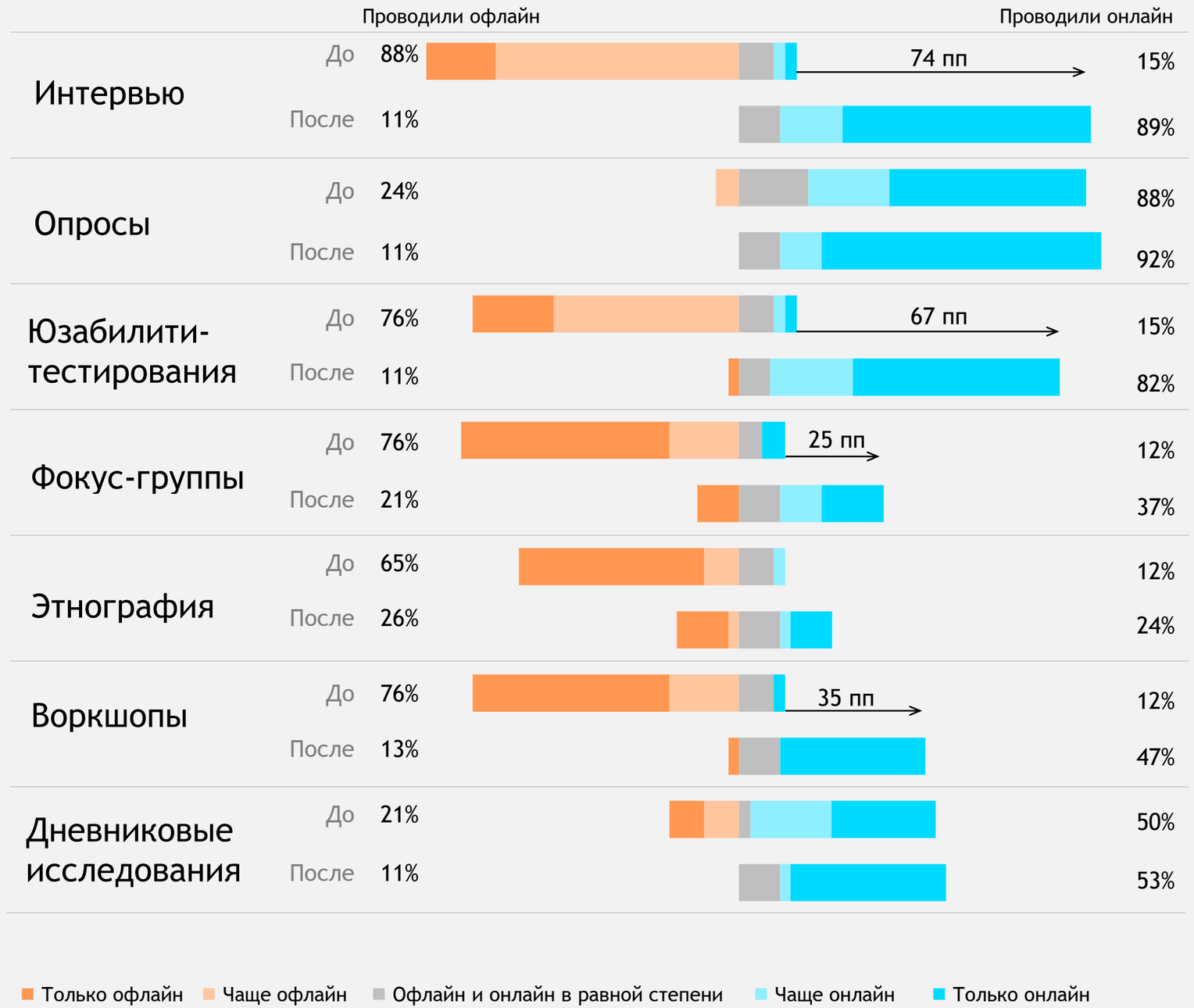
Вопрос: *Какие методы исследований и как часто вы или ваша команда применяли до/после объявления пандемии (до/после марта 2020 года)?*



Офлайн vs онлайн в период пандемии

- Из-за пандемии большинство исследований переместились в онлайн.

Вопрос: *Каким образом вы или ваша команда проводили указанные вами исследования до/после объявления пандемии (до/после марта 2020 года)?*



Вопрос был задан только тем, кто поводил исследования определенного типа. Ответ: офлайн и онлайн в равной степени включен как в показатель *Проводили офлайн*, так и в *Проводили онлайн*. Показана разница, превышающая ошибку выборки (15–16%).

Мнение исследователей

- Большинство исследователей считают, что после пандемии тенденция сохранится и онлайн-исследования будут проводиться чаще, чем офлайн-исследования.

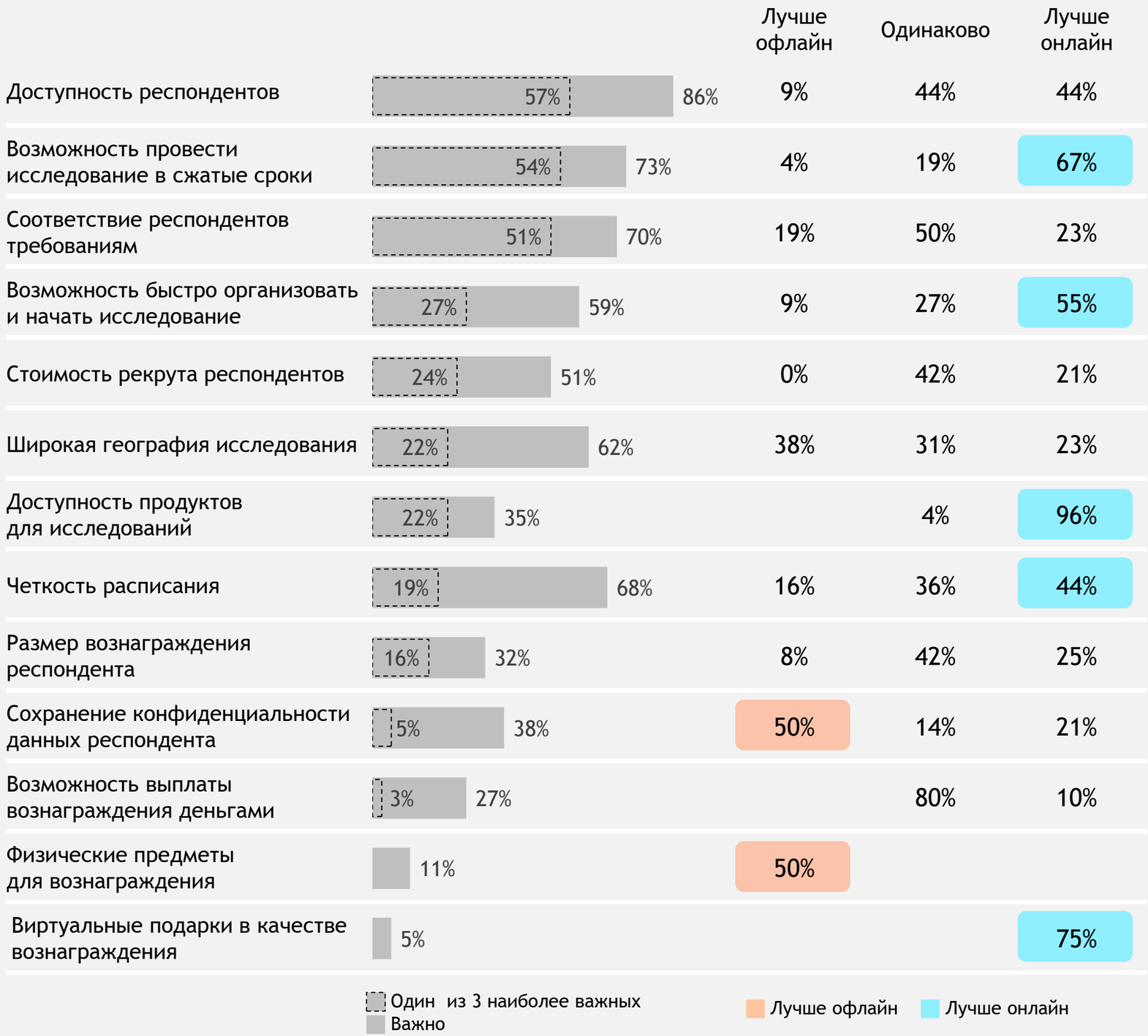
Вопрос: *Продолжите предложение: «После пандемии исследования будут проводиться…»*

Руководитель исследовательского подразделения в агентстве (опыт в исследованиях — более 10 лет):	*И клиенты, и исследователи распробовали формат — и отказываться от него вряд ли будут: это дешевле, это удобнее (не нужно ехать в регионы), это быстрее (в день можно провести 3–4 интервью).*
Руководитель исследовательского подразделения в продуктовой диджитал-компании (опыт в исследованиях — более 10 лет):	*Барьеры к онлайну сняты и у заказчиков, и у респондентов. При этом в онлайне выше скорость рекрута и достижимость сложной аудитории, что ускоряет весь процесс исследований.*
Исследователь в продуктовой диджитал-компании (опыт в исследованиях — от 3 до 5 лет):	*Онлайн-формат хорошо зарекомендовал себя как скоростной метод проверки гипотез, гораздо проще уложиться в один спринт и отдать результат разработке. С точки зрения наблюдения за поведением, нужен офлайн-формат: многие вещи ускользают от нашего внимания при наблюдении через камеру.*

Попробуем разобраться, сравнив детально возможности модерируемых исследовании офлайн и онлайн

Организационные возможности

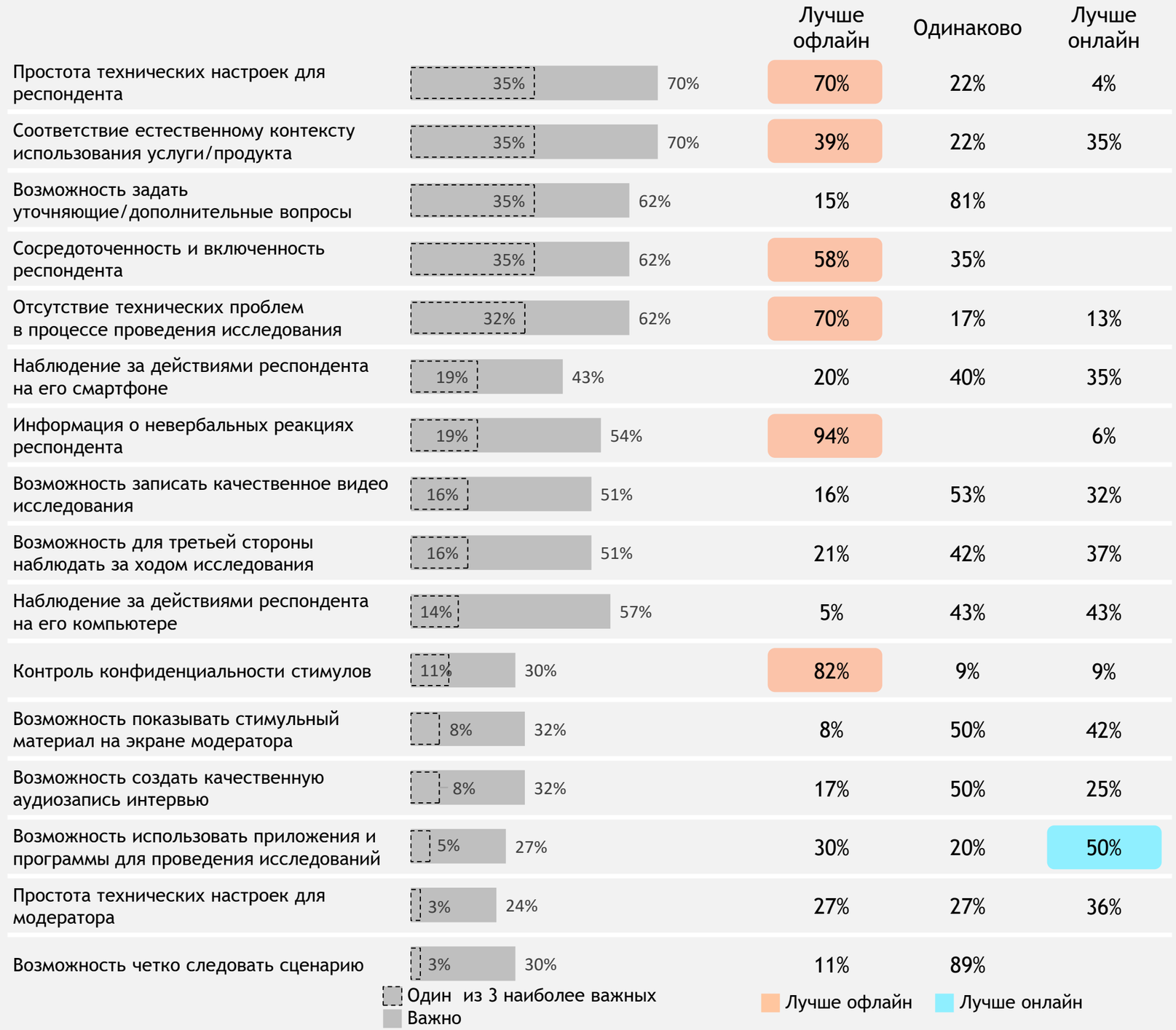
- С точки зрения организации исследования, онлайн-исследования как минимум не уступают офлайн-исследованиям.
- По некоторым важным параметрам, например по скорости проведения, онлайн-исследования значительно превосходят офлайн-исследования.



Респонденты выбирали важные аспекты исследований (множественный ответ). Если количество выбранных вариантов было больше 3, их просили выбрать 3 наиболее важных. По каждому из выбранных аспектов респондент должен был отметить, при каком способе проведения — офлайн или онлайн — наилучшим образом выполняются условия организации исследования.

Возможности модерирования

- С точки зрения аспектов модерации, онлайн-исследования значительно уступают офлайн-исследованиям.
- Основные проблемы связаны с техническими настройками для респондента, что имеет высокий приоритет.



Респонденты выбирали важные аспекты исследований (множественный ответ). Если количество выбранных вариантов было больше 3, их просили выбрать 3 наиболее важных. По каждому из выбранных аспектов респондент должен был отметить, при каком способе проведения — офлайн или онлайн — наилучшим образом выполняются условия организации исследования.

Вывод: онлайн-исследования действительно придут на смену офлайн-исследованиям, но не раньше, чем респондентам станет легко участвовать в исследованиях.

Аудитория исследования

- Описание аудитории
- Влияние участников на выбор метода

Аудитория исследования

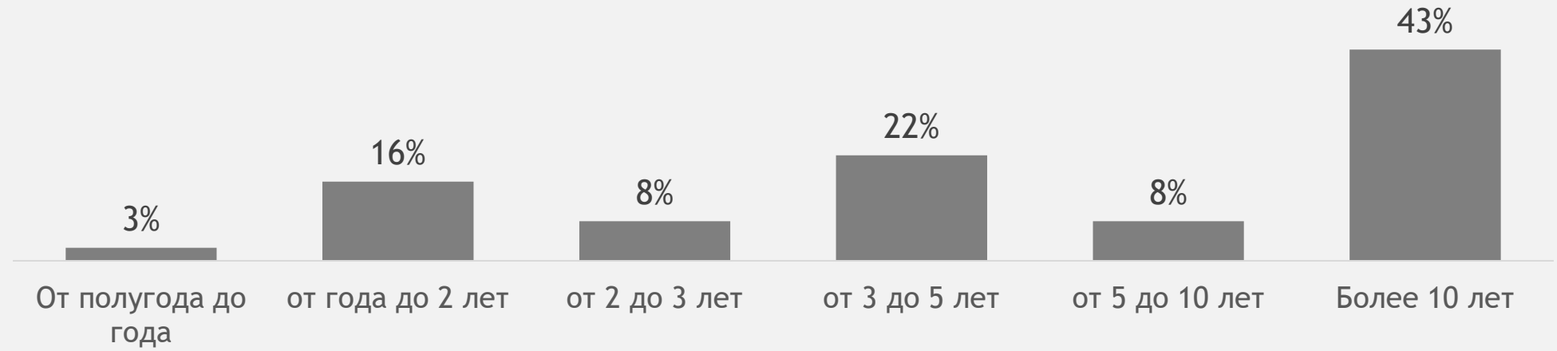
- Основную часть аудитории составили исследователи и организаторы исследований с разнообразным опытом работы.

37

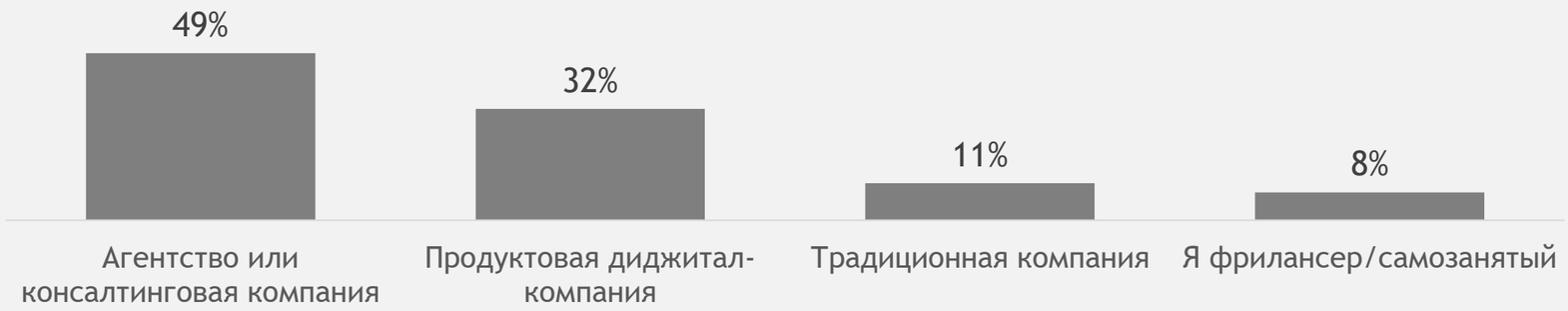
респондентов

Более половины — модераторы

Большинство респондентов имеют солидный опыт работы

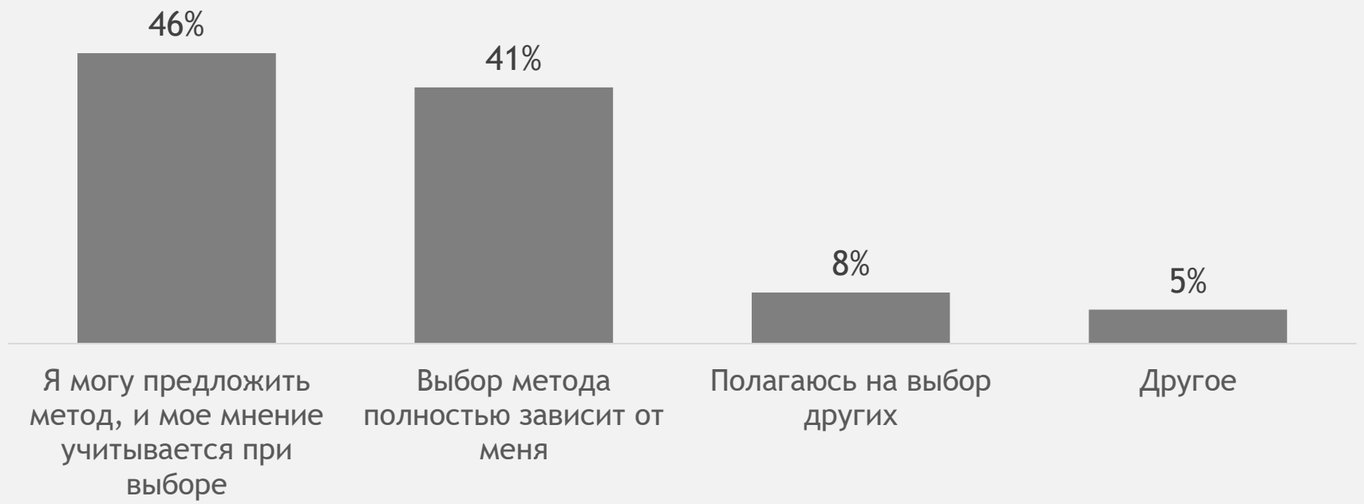


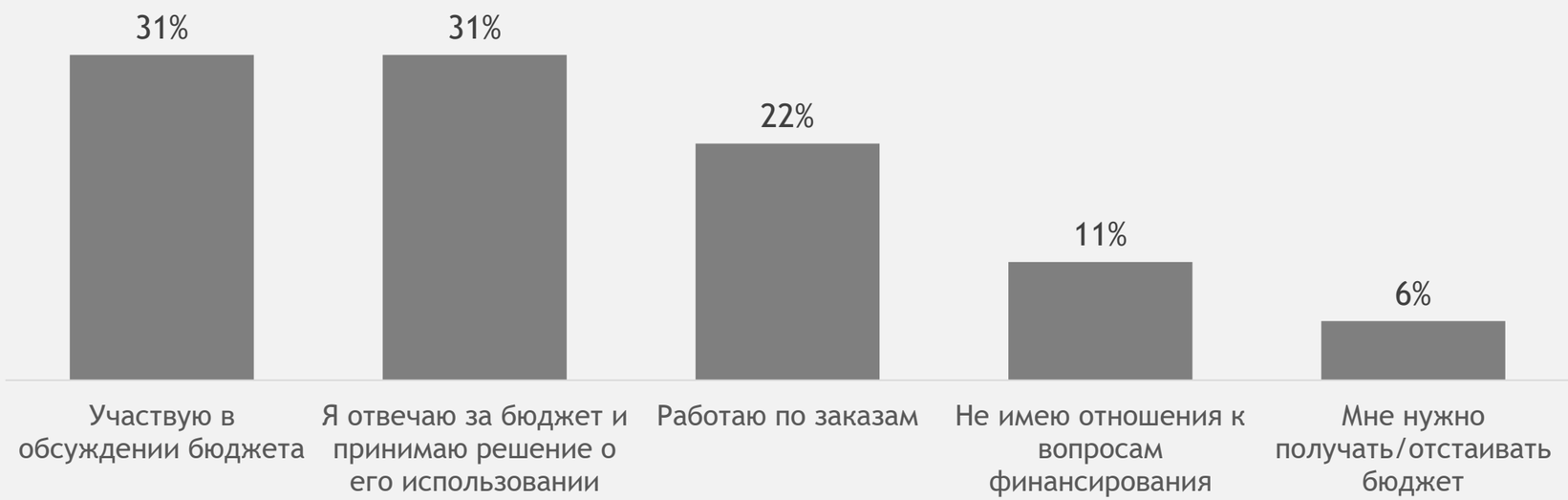
Сотрудники агентств и продуктовых компаний



Влияние участников на выбор метода

- Большинство участников опроса имеют высокую степень влияния на выбор метода исследования.





Методика исследования

→ Цель исследования

Цель исследования

- Выяснить, будут ли востребованы офлайн-исследования и онлайн-лаборатории после окончания пандемии.

Проверяемые гипотезы и способы проверки

1. Исследователи и до объявления пандемии (до марта 2020 года) использовали удаленные методы исследований.
   Способы проверки — проанализировали ответы на:
   a. Вопрос о том, какие исследования и как проводили до пандемии.
   b. Вопрос о том, какие исследования и как проводят сейчас.
   c. Открытый вопрос: *Что поменялось?*
2. Выбор удаленного/личного метода общения зависит от типа исследования.
   Способы проверки:
   a. При использовании способов из п. 1 задавали вопросы в разрезе методов и/или задач исследования.
3. Личное общение позволяет получить важные результаты, их ценность сохранится и после пандемии.
   Способы проверки:
   a. Из статей и постов на тему сравнения личных интервью и удаленных интервью собрали параметры, по которым могут отличаться личные и удаленные интервью.
   b. Использовали эти данные в парном вопросе: *Что важно?* (множественный вопрос) + *Выберите 3 наиболее важных параметра*.
   c. Для выбранных параметров: задали вопрос о том, для какого метода исследования они применимы.

Спасибо

Отчет подготовлен в компании *Юзетикс*
www.usethics.ru, +7 (495) 771-00-88,
info@usethics.ru