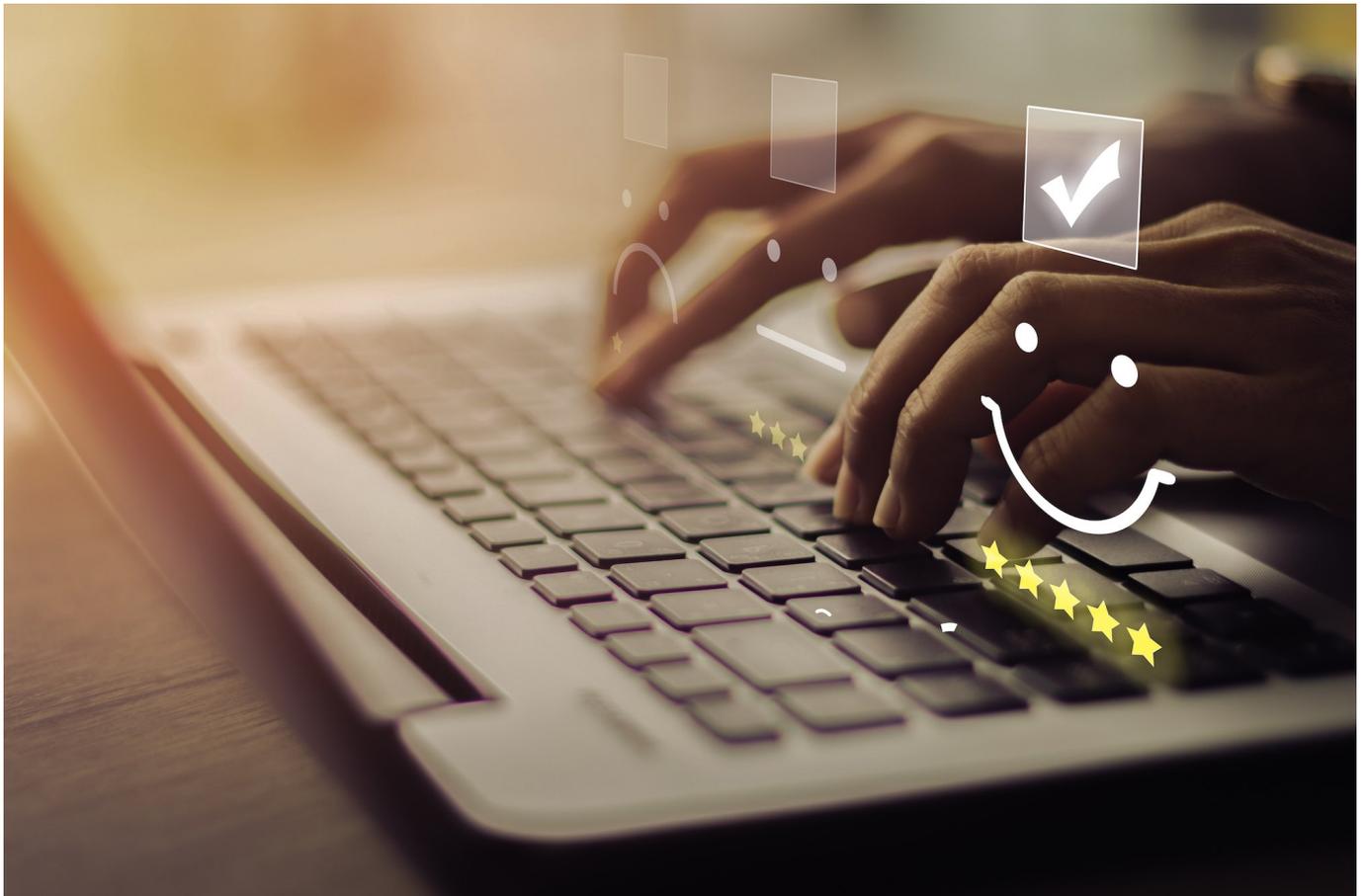


## SONDAGGIO ONLINE: 10 REGOLE PER REALIZZARLO BENE E A COSTO ZERO



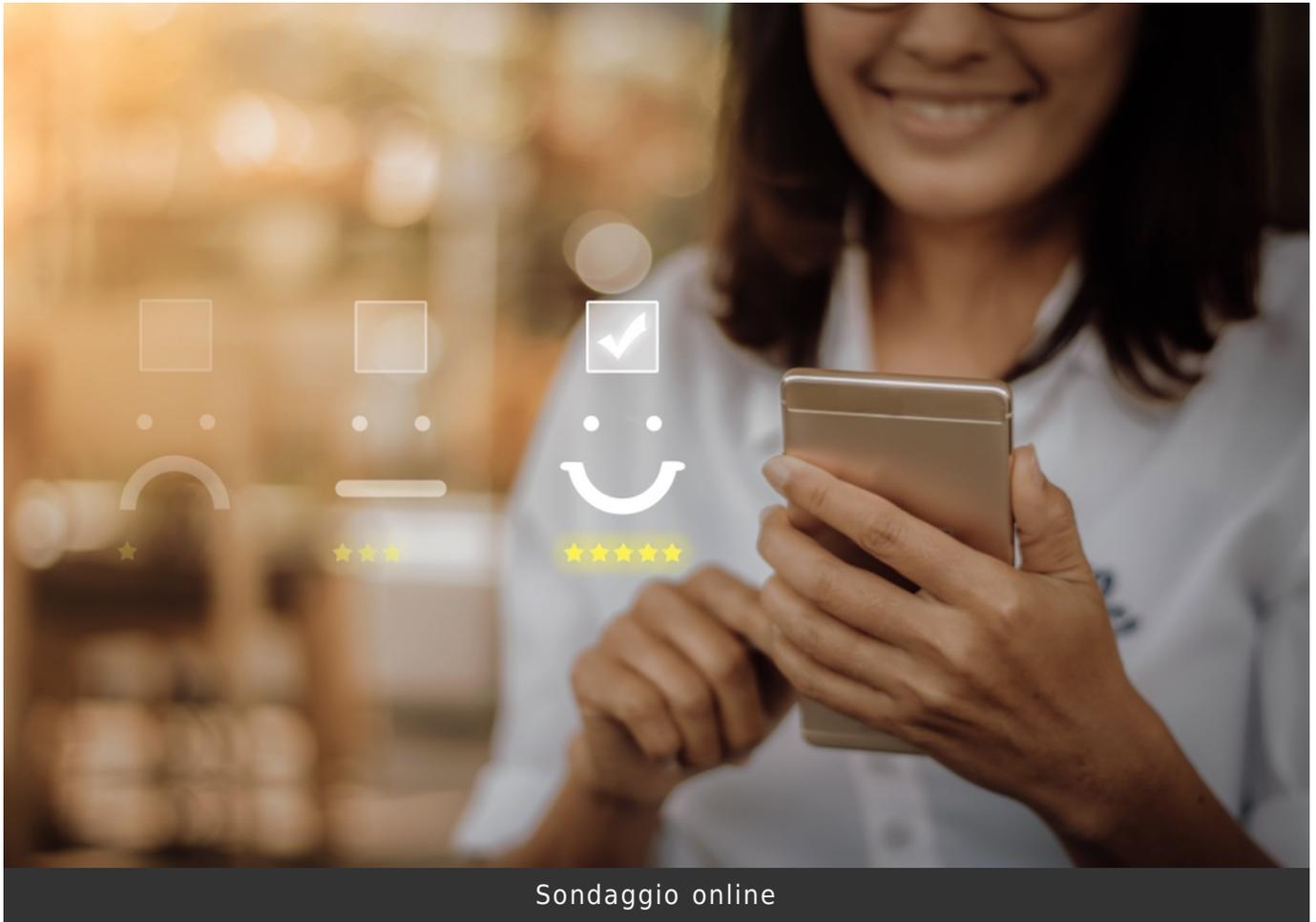
Come creare un sondaggio online efficace: 10 regole per conoscere meglio i gusti del nostro target.

Creare un sondaggio online: 10 regole d'oro

**È** stato fatto un sondaggio online ed è risultato che... Attraverso un'indagine sondaggistica sono stati rilevati i seguenti dati... La ricerca condotta dalla società XXX ha smentito le previsioni rivelando... Eccetera. Quante volte abbiamo udito o letto frasi simili?

Ormai fanno parte della nostra cultura moderna, basta sfogliare un quotidiano, seguire un TG, frequentare un qualsiasi corso di aggiornamento, e le troviamo dappertutto, pronte a confermare le nostre supposizioni o, al contrario, a stupirci ma, in ogni caso, sempre intrise di quel senso d'inconfutabilità, d'indubitabilità,

connaturato allo studio sistematico condotto con rigoroso metodo scientifico. L'ha detto il sondaggio online, ipse dixit, chi può contestarlo?



## Conoscere il proprio target: come, quando e perché

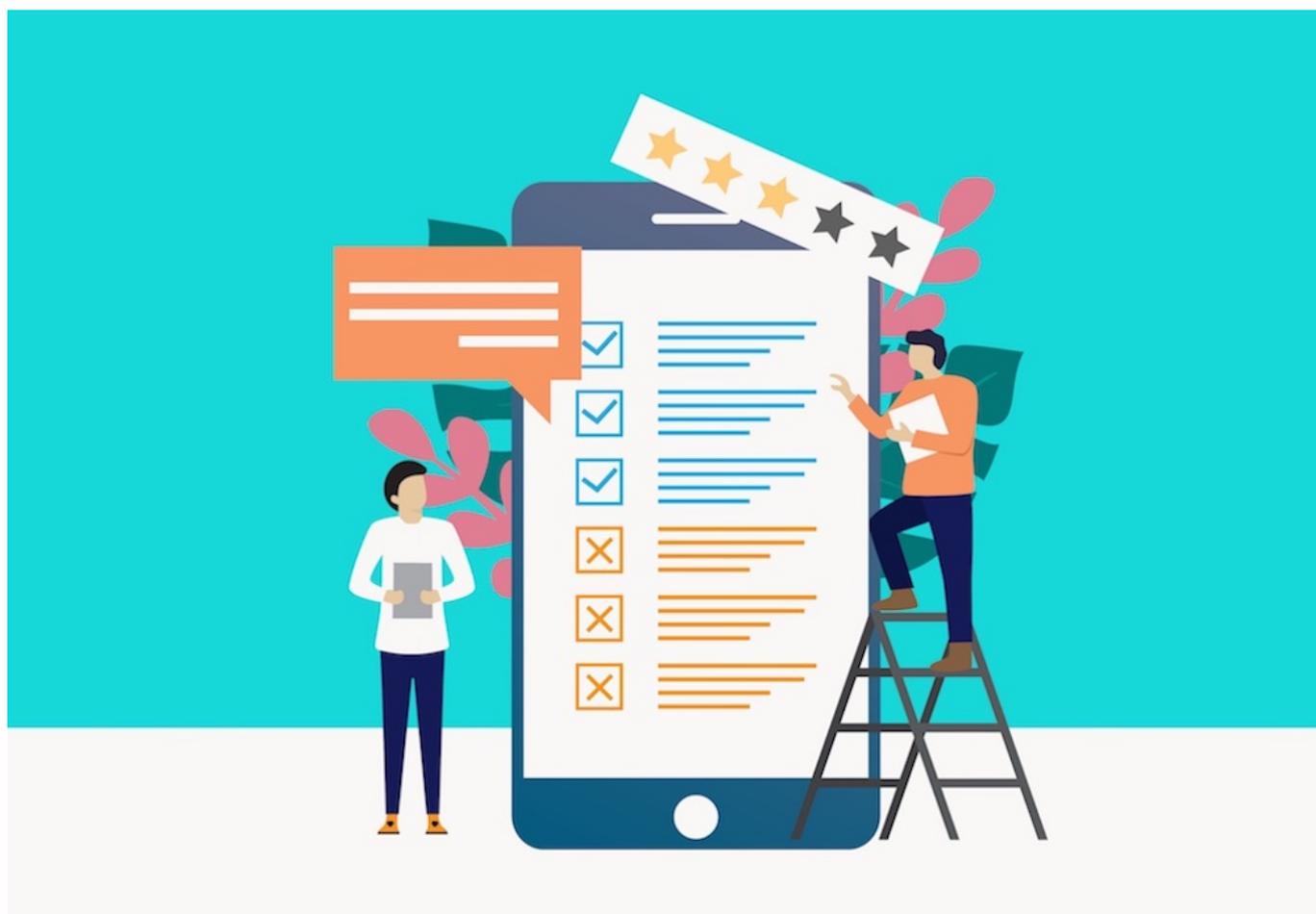
La risposta alla domanda: "perché si fa un sondaggio" è semplice: questo metodo è un'indagine realizzata con svariati mezzi allo scopo di conoscere il parere di un campione di persone su una determinata questione. È quindi un'azione esplorativa condotta su un gruppo-campione per rilevare un'opinione, oppure un determinato fatto o fenomeno, come nel caso del sondaggio di mercato.

## Cosa sono i sondaggi pilota

C'è poi anche il sondaggio puramente esplorativo (o sondaggio pilota), che si fa invece per raccogliere gli elementi necessari a stabilire con maggior sicurezza l'ampiezza e la stratificazione del campione statistico su cui lavorare, o per creare il relativo questionario e dare istruzioni agli intervistatori.

Ecco, il sondaggio pilota è interessante perché serve a introdurci più in profondità nel concetto stesso e ci sposta inevitabilmente alla domanda: cos'è un sondaggio?

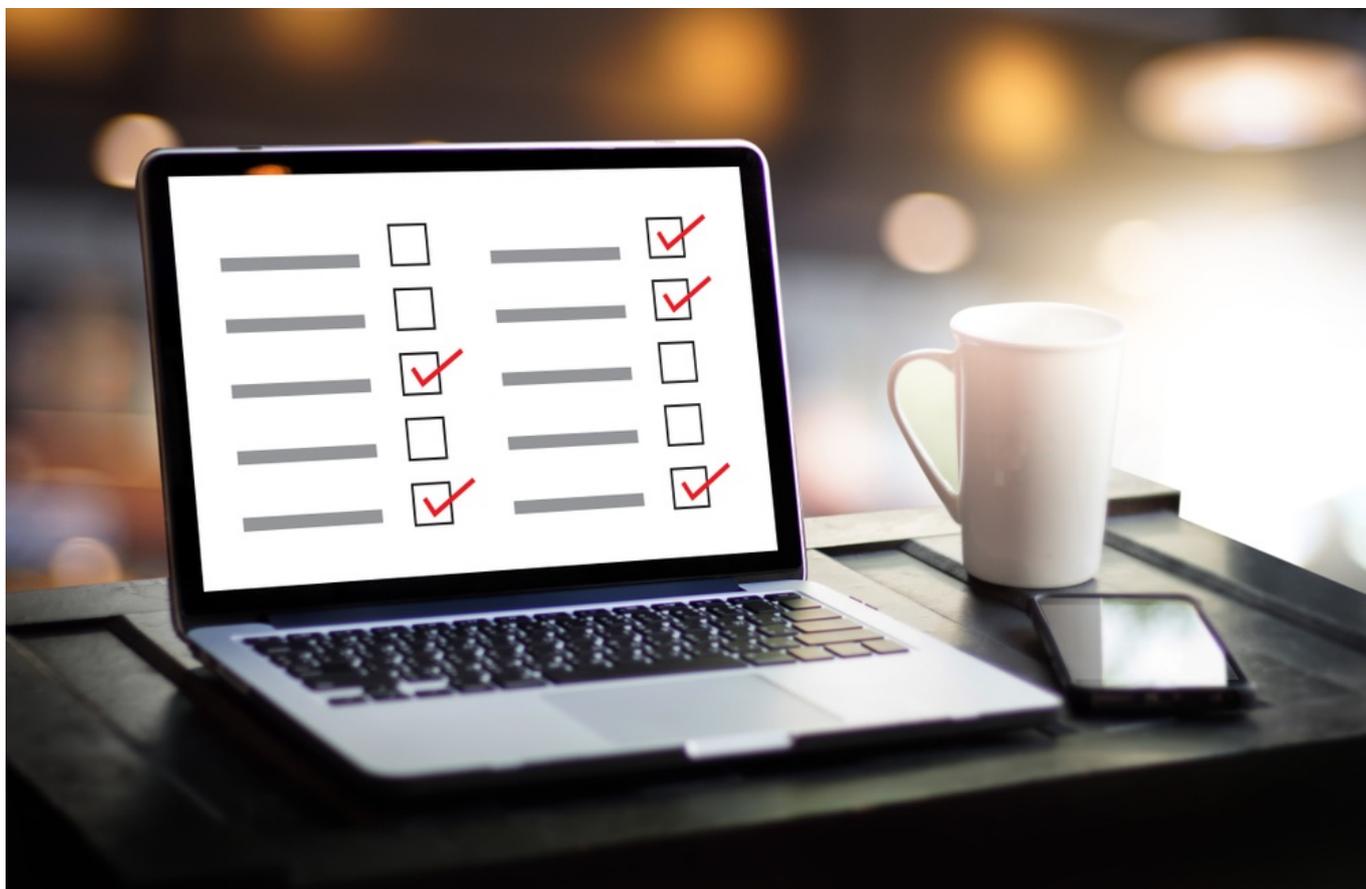
Già perché se tutti sappiamo più o meno cos'è un sondaggio, non tutti sappiamo come realizzarlo in concreto. Per questo, è noto, ci sono aziende famosissime, come la Doxa, che conducono professionalmente sondaggi d'opinione, ricerche di mercato e analisi statistiche.



## Come creare un sondaggio online?

E se un'azienda volesse condurre da sola un sondaggio, come può fare? L'avvento di Internet ha reso possibile anche la realizzazione di indagini da parte di soggetti non professionali. D'altronde, cosa c'è di meglio che informarsi direttamente presso i propri utenti per ottenere dati qualificati e strategici all'aumento delle vendite e del fatturato?

I sondaggi online rappresentano infatti il miglior mezzo per affiancare, a costo zero, informazioni maggiormente qualitative ad altre più fredde e numeriche come quelle derivate, ad esempio, da strumenti quali Google Analytics. Basta solo osservare alcune regole fondamentali, possedere un po' di fantasia, un pizzico di capacità psicologica, e il gioco è fatto.



## Questionario online: come crearne uno da soli

Partiamo dal supporto tecnico: per costruire un sondaggio online sono sufficienti una piattaforma di costruzione dei questionari (facilmente reperibile sul web) e un database di contatti a cui inviare le domande.

Due sono i target fondamentali: il tasso di risposta sul totale degli invii e la qualità dei dati. Al di là degli incentivi che si possono utilizzare per stimolare la risposta - come, ad esempio, un codice sconto o un gadget -, presentare un questionario ben strutturato e coinvolgente può aumentare sensibilmente la quantità di risposte. Allo stesso tempo, però, i dati ottenuti dal sondaggio devono essere utili per le analisi successive.



Leggi anche: [Funnel di vendita: l'imbuto magico che trasforma il visitatore in un cliente fedele](#)





## 10 regole per creare sondaggi online di qualità

### 1. Corretta definizione degli obiettivi

Il questionario va strutturato in base a quello che si vuole raggiungere. Se, ad esempio, abbiamo bisogno di capire come mai un nuovo prodotto non sta vendendo a sufficienza, meglio concentrarsi unicamente su questo, abbracciando l'argomento in tutta la sua ampiezza.

### 2. L'argomento va introdotto con discrezione

Una domanda secca, diretta, tipo: "Hai mai considerato un investimento nel settore immobiliare?" non è quasi mai la mossa corretta. Chi non conosce bene l'argomento rischia di sentirsi disorientato. Meglio inserire una piccola descrizione, e magari porre qualche domanda introduttiva per mettere a proprio agio

l'utente.

### 3. Domande aperte o domande chiuse?

Non esiste una risposta standard. Una domanda aperta in un sondaggio online, con la risposta a discrezione dell'utente, consente di ottenere dati più variegati e complessi ed è quindi utile ad argomenti che si vogliono approfondire o su cui si hanno poche idee. Una domanda chiusa, fatta di risposte prefissate, è invece adatta ad analizzare velocemente i dati e ottenere conferme su un'idea già vagliata.

### 4. Utilizzazione delle scale

Tra il bianco e il nero esistono tante sfumature di grigio. Per questo una risposta "sì" o "no" in genere non è la più indicata per analizzare i dati. Perché allora non utilizzare le scale di Likert, ovvero le risposte che prevedono una gradazione dal "molto d'accordo" al "per niente d'accordo", passando per cinque o sette gradi intermedi?

### 5. Quale lessico nelle domande?

Semplice, veloce, intuitivo, familiare. L'utente non deve mai sentirsi spaesato, né ignorante. L'altissimo rischio della immediata chiusura del questionario sconsiglia di perdersi anche una sola potenziale risposta. È necessario essere *friendly* in un sondaggio online

### 6. Evitare i bias

I bias sono errori psicologici causati da stimoli interni o esterni al nostro cervello. Se chiedo: "Quanti abitanti ha New York? Più o meno di 20 milioni?", l'utente sarà indotto a credere che siano tra i 15 e i 30 milioni, quando invece ne ha solo 8,5 milioni. Il cosiddetto "fenomeno di ancoraggio", se manifestato nelle domande, può portare a inopinabili errori.

### 7. Come affrontare le domande personali

Se l'obiettivo del sondaggio online è proprio quello di porre domande personali, lo si può fare, ma con molta attenzione, altrimenti si rischia d'indurre l'utente ad abbandonare il questionario, o peggio, a fornire una risposta "condivisibile" solo per far bella figura nei confronti dell'intervistatore. È quindi auspicabile una gradualità, tipo: "C'è chi utilizza farmaci per aumentare le performance sul lavoro, lo sapevi?". Alla domanda successiva: "Hai mai pensato di farlo?". E dopo ancora: "Lo hai mai fatto?".

### 8. Segmentazione dell'utente

Spesso è utile segmentare gli utenti che rispondono al sondaggio online per genere, età, o altri fattori demografici o di interesse. Farlo però nella prima sezione del questionario online può spaventare l'utente o annoiarlo, diminuendo il tasso di risposta. È quindi buona pratica inserire questo tipo di domande nella parte conclusiva.

## 9. Analisi quantitativa e qualitativa

Secondo la dimensione e complessità del questionario online si possono analizzare i dati ottenuti tramite processi quantitativi o qualitativi. Nel primo caso, partendo dalle domande chiuse si studiano i dati numerici e strutturati. Nel secondo caso, i dati qualitativi approfondiscono maggiormente le risposte ma richiedono più tempo per l'analisi.

## 10. Dai dati all'azione

Ottenuti i dati, è necessario lavorare subito sugli elementi che emergono dal sondaggio online esercitando, di conseguenza, azioni concrete ed effettive, altrimenti tutto il lavoro svolto andrà inevitabilmente perduto.

Ascoltiamo i nostri utenti: nessuno, più di loro, può migliorare la nostra attività.



PER APPROFONDIRE:





Lead Generation: il primo step del funnel di vendita che porta nuovi clienti





Il Marketing non è la pubblicità: se prima era vero, ora lo è ancora di più





Call to action: cosa sono, a cosa servono, come si costruiscono

La Toscana è la tua passione? Anche la nostra!

Teniamoci in contatto

---



