

Главная задача введения анкеты для телефонного опроса — сообщить респонденту цель и задачи исследования и убедить его принять участие в телефонном опросе. Текст введения анкеты зависит от того, есть ли необходимость в сокрытии цели исследований (если есть, то возможна разработка так называемой «легенды»), а также от сложности исследования и степени деликатности собираемой информации. Цель введения — побудить респондента к сотрудничеству, уменьшая тем самым ошибку, связанную с отказом от ответа. Хотя тексты введений различных анкет отличаются друг от друга, существуют общие правила и принципы их разработки:

- **Явное или косвенное указание на важность проводимого исследования.**

Введение должно подчеркнуть важность исследования (т.е. убедить респондента в том, что он не даром потратит время на заполнение анкеты) и важность получения личного мнения респондента (это увеличит вероятность его участия).

- **Общая информация о причинах и целях исследования.** Уровень детализации зависит от степени предполагаемого разглашения цели исследования.

- **Выраженное в явной форме приглашение к участию.** Можно сказать во введении: "Мы будем вам чрезвычайно признательны, если вы согласитесь поделиться своими мыслями и чувствами..."

- **Заверение в том, что задача участвующего не слишком сложна и не требует много времени.** Вы говорите респондентам: "Вы сможете быстро и легко ответить на большинство вопросов. По нашим расчетам, заполнение анкеты займет у вас не более десяти - пятнадцать минут".

- **Необходимость получения правдивых ответов.** Например: "Мы заинтересованы в получении вашего личного мнения. Не существует правильных или неправильных ответов..."
- **Заверение в конфиденциальности,** Например: "Ваши ответы будут носить строго конфиденциальный характер. Данные будут представлены в обобщенном виде..."
- **Заверение в том, что это настоящее, реальное исследование.** Например: "Мы проводим исследования, чтобы изучить мнения таких людей, как вы."

Телефонные опросы, обычно содержат небольшое введение. В нем вкратце сообщается причина исследования, приводятся заверения в конфиденциальности и содержится приглашение принять участие в телефонном анкетировании. **Например.**

Добрый день. Меня зовут Мария Я представляю независимую компанию по маркетинговым исследованиям PromoLine Communications Agency.. Мы проводим телефонный опрос рынка мобильной связи. Мы очень заинтересованы в изучении мнения таких людей, как Вы. Ваше мнение будет учитываться при разработке новых услуг и сервисов для Вас оператором мобильной связи. Я хочу задать вам несколько вопросов. Заверяю вас, что опрос займет всего 15 минут, а то и меньше. Вы сможете быстро и легко ответить на многие вопросы. В нашем опросе нет правильных или неправильных ответов. Все, что нам нужно, — это услышать от вас правдивые ответы. Все Ваши ответы будут носить строго конфиденциальный характер. Ваше имя не будет известно никому за пределами нашей компании.