

2.2.1. Lista poszukiwanych informacji (LPI)

Sporządzenie listy poszukiwanych informacji to świetny punkt wyjścia do zaprojektowania badań. Zaczynamy od roboczego spisania wszystkiego, czego zamawiający i my, jako badacze, chcielibyśmy się dowiedzieć. Jeżeli cel badania lub chociaż problem badawczy mamy precyzyjnie określony, będzie nam łatwiej przygotować listę, jeżeli nie – mimo to zaczniemy, aby po zakończeniu pracy móc go doprecyzować.

PRZYKŁAD

Od jakiegoś czasu lokale gastronomiczne pana Zbyszka wydają się pękać w szwach. Wszyscy mamy więcej pracy, a zyski wcale nie rosną. „Nie wiem, co się dzieje” – mówi pan Zbyszek.

- Cel biznesowy: zwiększyć zyski z prowadzonej usługi na podstawie lepszego doświadczenia klienta.
- Cel badania: przeprowadzić audyt doświadczeń klienta.
- Główny problem badawczy: dlaczego klienci punktów gastronomicznych pana Zbyszka w średnim mieście w Wielkopolsce w 2017 r. generują zyski poniżej oczekiwanych przez firmę?

Tabela 2. Przykładowa lista poszukiwanych informacji (LPI)

Lp.	Poszukiwana informacja	Źródło informacji
1.	Kim są użytkownicy usługi? Jakie profile (lub segmenty) użytkowników są obsługiwane?	<ul style="list-style-type: none">■ Obserwacja w restauracji■ Klienci■ Personel firmy■ Analiza użytkowników profilu social media usługi■ Dane z systemu informatycznego lub księgowego firmy (wartość średniego zamówienia, struktura pozycji w najdroższych, przeciętnych i najtańszych zamówieniach), czas od złożenia zamówienia do opłacenia rachunku itd.
2.	Jakiej wartości lub korzyści oczekuje użytkownik od usługi tego typu?	<ul style="list-style-type: none">■ Klienci (obecni i byli)■ Nieklienci (nieznający usługi)■ Personel firmy■ Raporty branżowe i analizy trendów (wskazać konkretne)■ Blogi, profile social media, fora dyskusyjne o tematyce kulinarnej/gastronomicznej (wskazać konkretne)

Lp.	Poszukiwana informacja	Źródło informacji
3.	Czy oczekiwana wartość lub korzyść jest spójna z propozycją wartości oferowaną przez usługodawcę?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Menu ■ Punkty styku klienta z usługą ■ Źródła online prezentujące ofertę (wskazać konkretne) ■ Źródła offline prezentujące ofertę (wskazać konkretne)
4.	Dlaczego większość użytkowników korzysta z najtańszych pozycji w ofercie usługi?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Klienci ■ Personel ■ Eksperti branżowi

Źródło: opracowanie własne.

Prace nad listą poszukiwanych informacji przebiegają w następującym porządku:

- **Faza zrztutu** – spisujemy w punktach wszystko, czego chcemy się dowiedzieć – bez przykładania większej wagi do formy. Nieważne, czy sformułujemy to w postaci równoważników zdań, czy pojedynczych zwrotów. Ważniejsze jest to, żeby wyprodukować możliwie dużo różnorodnych, pożądaných informacji. Faza zrztutu może mieć miejsce w trakcie burzy mózgów, w trakcie pracy warsztatowej lub indywidualnie. Pogódźmy się z chaosem – poziomy szczegółowości, typy sformułowań, waga danej informacji w kontekście celu będą często do siebie zupełnie nieprzystające. To wrażenie się pogłębi, jeśli nad LPI będzie pracować więcej osób – czy to w trakcie burzy mózgów, czy dosyłając swoje propozycje indywidualnie do koordynatora badań. Jeżeli pracujemy zespołowo lub przynajmniej grupowo, uczulamy członków zespołu projektowego na to, by możliwie precyzyjnie formułowali poszukiwane informacje, by były one zrozumiałe dla innych. Celem tej fazy jest werbalizacja naszych myśli, uświadomienie sobie tego, co wiemy, czego chcemy się dowiedzieć, a czego nie wiemy. Obraz zaczyna się powoli krystalizować.
- **Faza selekcji** – sprzątamy w naszej liście – odczytujemy wszystkie punkty i odrzucamy (albo odkładamy na bok) te, które wydają nam się nieistotne do wyjaśnienia naszego problemu badawczego. Jeżeli nie mamy go jeszcze sformułowanego w sposób w pełni zadowalający, podzielmy punkty na informacje ważne i drugorzędne. Dokonujemy także selekcji punktów, które ewidentnie się powtarzają lub brzmią na tyle podobnie, że można je połączyć. Może się okazać, że po tym etapie długa lista skurczyła się do całkiem „rozsądnych” rozmiarów. Zazwyczaj sprawdza się w tym przypadku zasada, że jakość uzyskuje się przez redukcję ilości.