



**SŁOWNIK
WYRAŻEŃ
POMIAROWYCH**

iComms_

Słownik

Ocena: Proces określający, czy udało Ci się osiągnąć zamierzony cel.

Badanie ilościowe: Pomiar liczbowy; zazwyczaj dane liczbowe zbierane są m.in. za pomocą: ankiet wśród pracowników, sondaży, pomiaru frekwencji, internetowych danych statystycznych, czy wskaźników czytelnictwa.

Badanie jakościowe: Głębsza analiza; polega na sprawdzeniu tego, co pracownicy myślą, czują lub robią; zazwyczaj dane zbierane są poprzez rozmowy, np. grupy fokusowe, wywiady 1-na-1 lub pytania otwarte w ankietach.

Ocena efektywności: Opis procesu/ścieżki, która pomoże Tobie określić, czy udało Ci się osiągnąć zamierzony cel.

Cel: Co chcesz osiągnąć? W jakim kierunku podążasz?
Pamiętaj, że cel dla komunikacji musi być pochodną celów biznesowych.

Cele organizacji: Cele biznesowe, odnoszące się do takich obszarów działania jak: zmiana sposobu działania, świadomość i znajomość produktów, wysoki poziom obsługi klienta, cele sprzedażowe.

Cele komunikacyjne: Cele dla komunikacji powinny być pochodną celów organizacji. Zrealizowanie celów komunikacyjnych powinno bezpośrednio przełożyć się na realizację celów organizacji.

OKRy (Objectives and Key Results): Pojedynczy cel, do którego przypisana jest konkretna akcja/działanie.

KPI: Wymierna i mierzalna wartość, która odzwierciedla cel biznesowy/zadanie oraz pozwoli określić na ile obrana taktyka pozwoliła osiągnąć założony cel.

Słownik

Miernik: Liczba, która jest wyprowadzana lub brana w celu określenia wielkości/ilości czegoś w danym momencie.

Wskaźnik: Kalkulacja przeprowadzona przy użyciu dwóch miar, zazwyczaj przedstawiona w postaci ułamka lub stosunku, w celu ustalenia monitorowania/porównania wpływu czy osiągnięć.

Wynik działania (Outcome): Rezultat, co Ci się udało zrealizować – zazwyczaj wymierny i określony w liczbach, np. organizacja spotkania townhall dla pracowników.

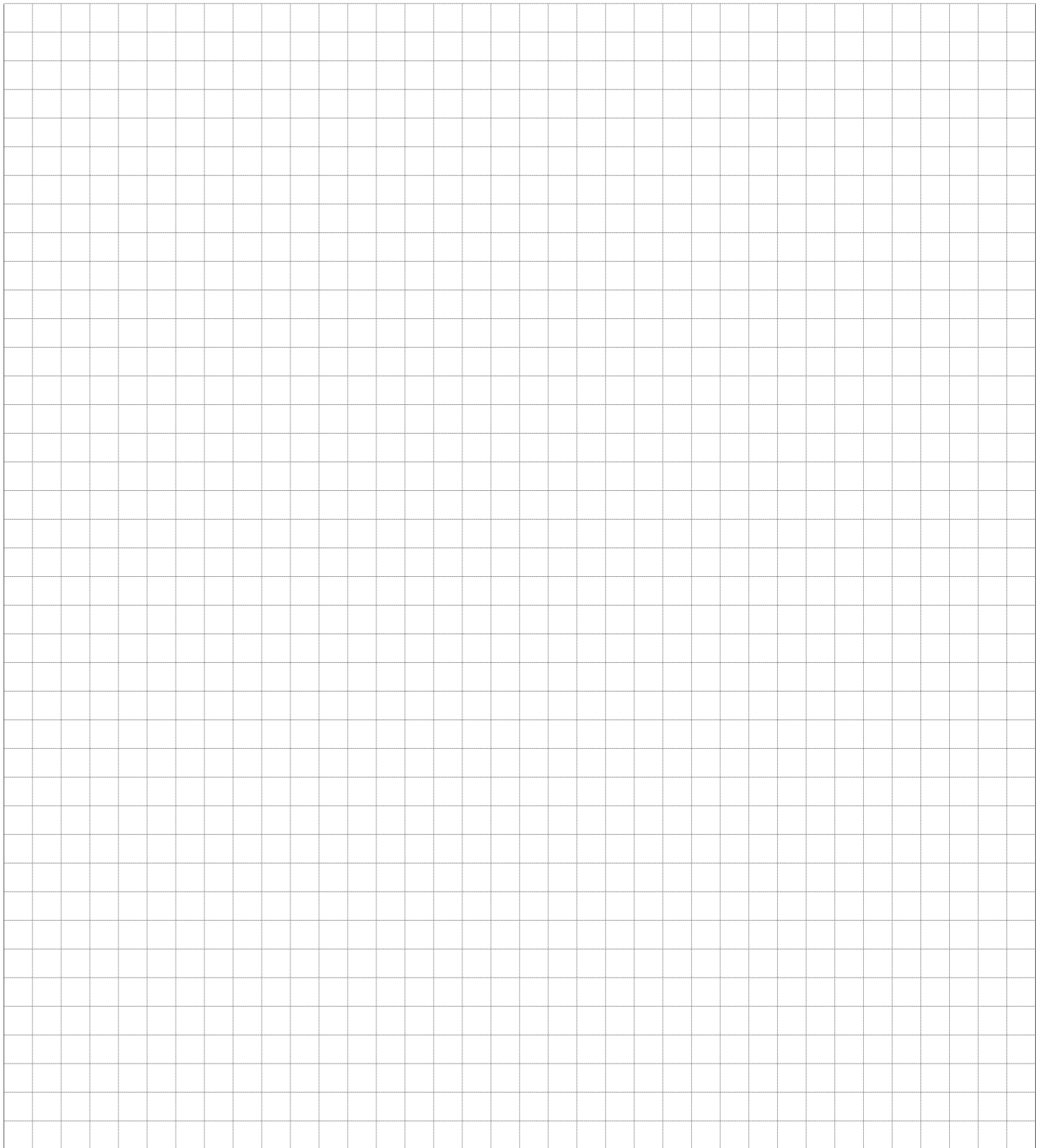
Efekt działania (Output): Skutek Twojej pracy – czyli co Ci się udało osiągnąć w grupie docelowej. Co ludzie zrobili, poczuli, powiedzieli w efekcie Twoich działań. Rezultatem może być zmiana w zachowaniu, np. wyższa wiara w przyszłość firmy, poczucie stabilizacji.

Interakcja/reakcja (Outtake): Odzew i reakcja grupy docelowej na Twoje działania. Jak grupa skupiała się na treściach jej przekazywanych? Co zapamiętała? W jakim stopniu rozumiała temat? Jakie podjęła zadania? Czy angażowała się w treści? Czy potrzebowała więcej informacji?

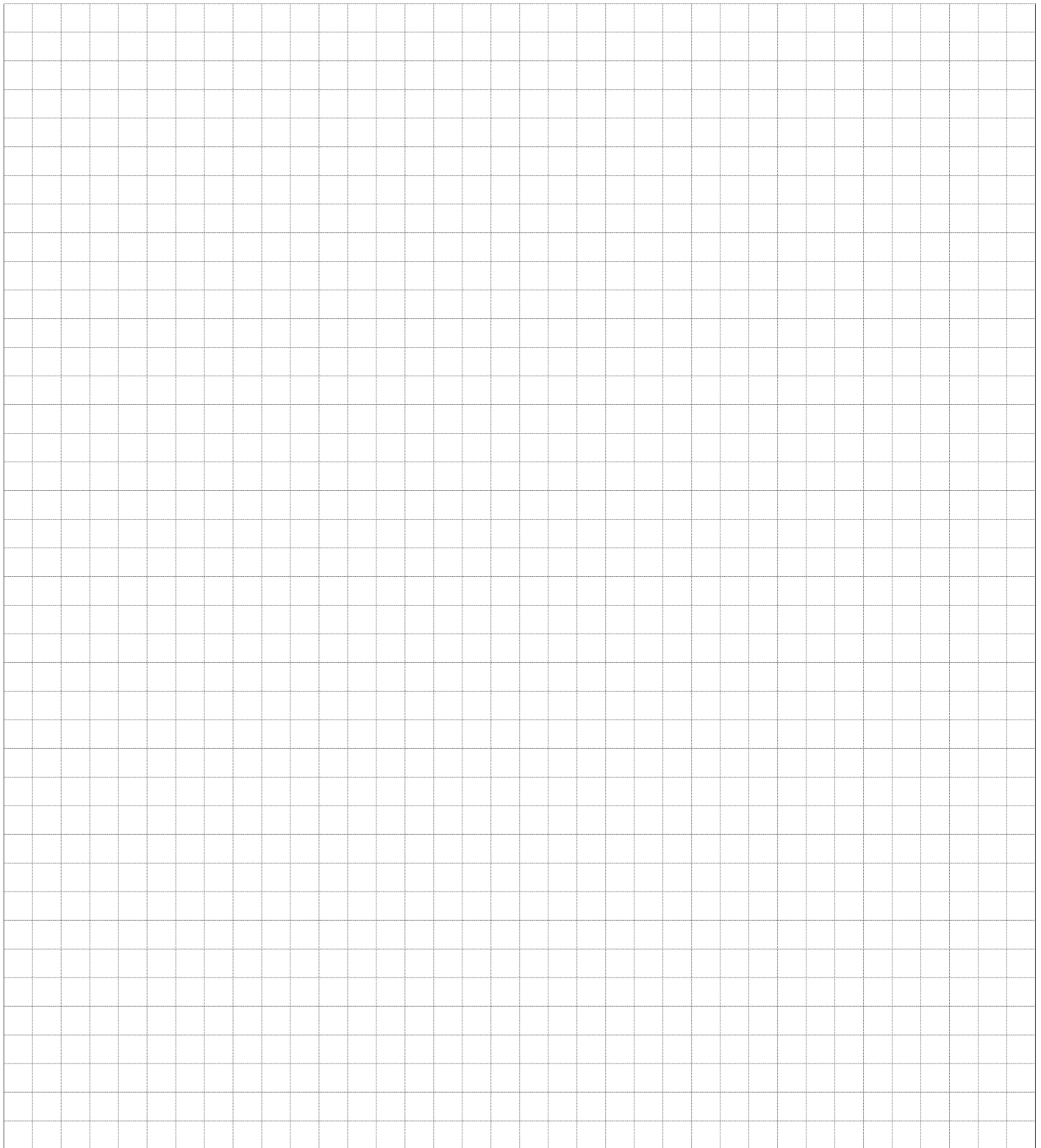
Sprawdź swoją wiedzę

- Badanie ilościowe
- Badanie jakościowe
- Ocena efektywności
- Cel
- Cele organizacji
- Cele komunikacyjne
- OKRy (Objectives and Key Results)
- KPI
- Miernik
- Wskaźnik
- Wynik działania (Outcome)
- Efekt działania (Output)
- Interakcja/reakcja (Outtake)

Notatki



Notatki



Notatki

