



проведение глубинных интервью

Глубинное интервью – это...

слабоструктурированная
личная беседа
интервьюера
с респондентом в форме,
побуждающей последнего
к подробным ответам
на задаваемые вопросы.

Определения:

- неструктурированное,
- прямое,
- личное интервью, в процессе которого исследуются детальные ответы на вопросы для того, чтобы выявить скрытые мотивы, убеждения, отношения респондентов по интересующей проблеме



Итак, отличительные черты интервью

Отличительные черты

- Интервью проходит в виде свободной беседы на интересующую исследователя тему, в ходе которого исследователь получает от респондента очень подробную информацию о причинах его действий, об отношении к различным вопросам.



Синонимами глубинного интервью выступают следующие термины: **открытое интервью,** **неструктурированное интервью,** **свободное**

Интервью направлены на решение следующих задач:

- получить неформализованную информацию качественного характера;
- провести опрос людей с высоким доходом, очень занятых и публичных, чиновников;
- составить более точный портрет вашего потенциального покупателя;
- ознакомиться с личной оценкой вашего продукта, услуги или компании;
- получить описание моделей потребительского поведения;
- провести различные виды не группового тестирования (продукта, услуги, рекламных концепций, упаковки);
- выявить ожидания потребителя от продукта/услуги.

Технология



Этапы

- Подготовка структуры беседы
- Отбор респондентов и проведение интервью.
- Обработка результатов интервью и составление аналитического отчета.



Параметры метода

- *Место проведения*
 - Глубинные интервью могут проводиться дома у респондента. В офисе у респондента или в офисе исследовательской компании
- *Количество респондентов*
 - Обычно глубинные интервью подразумевают опрос одного человека, но, в зависимости от решаемых задач, могут проводиться глубинные интервью с двумя (например, с супружескими парами) и тремя респондентами.



- *Формализация схемы:*
допускаются точно сформулированные в анкете вопросы и в заданной последовательности. Возможен и опрос в форме свободной беседы Или промежуточные уровни формализации.

Интервьюеры

- Успех глубинного интервью во многом зависит от профессионализма и личных качеств интервьюера. Для проведения интервью необходим квалифицированный специалист, желательно имеющий психологическое образование. Ему должны быть присущи навыки установления контакта с людьми, хорошая память, способность быстро реагировать на нестандартные ответы, терпение. В процессе интервью нельзя оказывать психологическое давление на опрашиваемого, спорить с ним.

Стиль проведения интервью

Глубинные интервью могут проводиться в "мягком" и "жестком" стилях.

При "**мягком**" стиле ведения интервьюер действует в соответствии со следующими правилами:

- стремиться, чтобы респондент чувствовал себя непринужденно и не ощущал превосходства интервьюера;
- стремиться быть объективным и сдержанным в выражении своих эмоций;
- манера поведения интервьюера должна располагать к откровенному разговору;
- интервьюер добивается от респондента развернутых ответов с



При "**жестком**" стиле проведения интервью интервьюер:

- может обрывать и перебивать респондента, оказывать на него давление;
- указывать на противоречия в его ответах;
- ограничивать время ответов.

(чаще всего используется в кадровом

- **Раздражение.** В процессе собеседования интервьюер неожиданно от дружелюбного тона переходит к раздражению и недовольству. При этом возможны даже некоторая грубость и насмешки. Интервьюер может демонстрировать свое несогласие с тем, что сообщает соискатель, сомнение в способности выполнять ту или иную работу. Считается, что этот способ позволяет оценить умение «держаться удар».
- **Использование непонятных слов и терминов.** Этот прием часто используется не только сотрудником, проводящим собеседование, но и подкованными соискателями. Интервьюеру данный прием позволяет получить информацию о том, как скорее всего, кандидат поведет себя в тот момент, когда ему придется работать с неизвестным материалом: признается в незнании или умолчит из боязни выглядеть некомпетентным; сможет и захочет ли уточнить непонятные для него термины. Реакция соискателя — хороший показатель того, как в будущем он будет вести себя в процессе выполнения непосредственных обязанностей, столкнувшись с малознакомыми ему вещами.

- **Ошарашивание темпом.** Здесь основная задача — ошеломить и на основе поведения соискателя оценить его коммуникативные навыки и умение перестроить беседу в более удобный для восприятия режим, а также способность не растеряться при ведении переговоров.
- **Настройка «на волну» оппонента.** Данный прием является наиболее сложным и требует специальной подготовки. Его суть заключается в том, чтобы показать собеседнику: «Я такой же как и вы». Прежде всего, этот прием проявляется в копировании жестов, тональности голоса, стиля общения, мыслительного процесса, применении сходных по построению фраз, уравнивания темпа речи. Использование этого приема позволяет расположить собеседника к себе, вызвать его на более открытую беседу, что, в конечном итоге, положительно сказывается на результатах собеседования.

Психологические приемы

- **Пауза.** Внешне этот прием выглядит следующим образом: интервьюер задает вопрос, внимательно выслушивает ответ и продолжает молча смотреть на соискателя, как бы ожидая продолжения рассказа. Как правило, соискатель начинает повторять сказанное ранее или дополнять ответ новыми фактами. Интервьюер держит паузу, соискатель продолжает говорить дальше или же смущается и теряется в объяснениях. На основе поведения кандидата можно сделать вывод о его способности «держат удар».
- **Провокация.** При применении данного приема сотрудник, проводящий собеседование, в достаточно жесткой форме выражает сомнение, например, в том, что соискатель способен выполнять обязанности в рамках должности, на которую он претендует. В результате, опять же, можно оценить стрессоустойчивость кандидата, способность вести переговоры, умение отстаивать свою точку зрения, противостоять возражениям и т.д.

Психологические приемы

- **Невозмутимость.** При использовании этого приема интервьюер избегает зрительного контакта с соискателем, не кивает в ответ, избегает любых проявлений, которые показывают ту или иную реакцию на ответы соискателя. Сам отвечает на вопросы сухим, холодным тоном. В целом, ведет себя так, как будто считает, что зря теряет время, сомневается в том, что навыки соискателя соответствуют необходимым для данной вакансии. Фактически, это очередная проверка самообладания и уверенности соискателя в своих силах.
- **Непонимание.** На любой, даже логичный и подробный ответ, интервьюер заявляет, что не понимает сути того, о чем рассказывает соискатель, и просит объяснений. Данный прием позволит оценить наличие таких качеств, как внимательность, терпеливость, невозмутимость, раздражительность.

Психологические приемы

- **Активное слушание.** На этот прием зачастую попадаются соискатели, любящие много и долго говорить. Задав вопрос, интервьюер начинает демонстрировать повышенный интерес к информации, сообщаемой соискателем: смотрит на него внимательно и ободряюще, кивает и говорит: «Да... Очень интересно. Какой вы молодец». Что-то записывает и не мешает кандидату «самовыражаться». Безусловно, если рассказываемая история затянулась, соискателя придется прервать и задать очередной вопрос. С помощью данного приема можно оценить то, насколько кандидат умеет говорить по существу и может ли направлять мысль в нужном направлении.
- **Побуждение к откровенности.** В этом случае интервьюер демонстрирует дружелюбие, отеческую (материнскую) заботу и побуждает к откровенности для того, чтобы получить дополнительную информацию, которую обычно сообщают другу (подруге) «на ушко». Нередко в подобной «душевной» беседе соискатели признаются в поступках, о которых целесообразнее было бы промолчать.

Психологические приемы

- **Вопросы-искажения.** Они представляют собой явное искажение того, что сказал соискатель, перестановку акцентов. После двух-трех искажений первоначального ответа кандидата может оказаться, что он утверждает прямо противоположное тому, о чем говорил, отвечая на первый вопрос.
- **Вопросы-повторения.** При использовании этого приема интервьюер несколько раз возвращается к одному и тому же вопросу, повторяет его в различных формулировках. С его помощью можно уличить соискателя в неточностях, в искажении сведений, наконец, во лжи.
- **Неконкретный вопрос.** По формальным признакам вопрос задан. Но его формулировка настолько нечеткая, что можно отвечать что угодно. В этой ситуации важно посмотреть на то, будет ли соискатель задавать уточняющие вопросы или начнет пространный рассказ «о том и о сем», лишь бы не молчать.
- **Зеркальные утверждения (перифразирование).** Высказывание или заявление соискателя повторяется или перифразируется интервьюером для того, чтобы получить дополнительные подробности по освещаемому вопросу.

Целесообразность выбора метода интервью

Основные моменты

- тема интервью предполагает обсуждение сугубо личных тем (личные финансы, взаимоотношения в семье, заболевания);
- интервью проводятся с представителями конкурирующих организаций, которые не согласятся обсуждать данную тему в группе;
- обсуждается тема, в которой существуют строгие общественные нормы, и на мнение респондента может повлиять ответ группы (уплата налогов и т. п.);
- невозможно собрать всех респондентов в одном месте и в одно время (респонденты малочисленны, удалены друг от друга и/или

- Правила работы и
Конфиденциальность

Глубинное интервью
предполагает развернутые
ответы на открытые вопросы
("Почему?", "Зачем?", "Каким
образом?" и т.д).



Классификация вопросов

- **По структуре** они подразделяются на:
- **1. Простые.** Структурно они предполагают только одно суждение и не могут быть расчленены на элементарные вопросы.

Пример:

- С какими программами вы работаете?
- Где находился офис вашей компании?
- **2. Сложные.** Такие вопросы образуются из простых с помощью логических союзов «и», «или», «если, то».

Пример:

- Какая деятельность вам больше интересна: вы предпочитаете работать в качестве квалифицированного исполнителя или вам больше нравится генерировать новые идеи?
- Если бы вам предоставили возможность вернуться на 10 лет назад, то какую профессию вы избрали бы?

Классификация вопросов

- **По степени выраженности** различают:
- **1. Явные.** Они выражаются в языке полностью вместе со всеми предпосылками и требованиями установить неизвестное.
- **Пример:**
- Расскажите, какие обязанности вам не хотелось бы выполнять на новом месте?
- **2. Скрытые (неявные).** Их особенность заключается в том, что они выражаются лишь предпосылками, а требование установить неизвестное восстанавливается лишь после осмысления предложения.
- **Пример:**
- Судя по рекомендациям, вас, наверное, не слишком охотно отпустили с последнего места работы?

Классификация вопросов

- **Способ запроса неизвестного** является основанием выделения:
- **1. Уточняющих вопросов.** Такие вопросы направлены на выявление истинности выраженных в них суждений. Их отличительной особенностью является частица «ли», включаемая в словосочетания «верно ли», «надо ли», «действительно ли».
- **Пример:**
- Правильно ли я понимаю, что вас не слишком интересуют частые командировки?
- **2. Восполняющих вопросов.** Это вопросы, направленные на получение новой информации.
- **Пример:**
- Расскажите о вашем опыте, связанном с регистрацией предприятий.

Классификация вопросов

- **По количеству возможных ответов** вопросы могут быть:
 - 1. **Открытыми**, т.е. подразумевающими неограниченное множество ответов. На такие вопросы респондент не может отвечать односложно, так как их формулировки изначально предполагают развернутое пояснение. С их помощью интервьюер может получить максимум информации от соискателя.
 - **Пример:**
 - Мне очень хотелось бы послушать о том, как вы...
 - Любопытно узнать...
 - Как у вас получается работать в условиях прессинга?
 - 2. **Закрытыми**, т.е. предполагающими конечное, ограниченное число ответов. При использовании этого типа вопросов, интервьюер практически не получает никакой дополнительной информации. Закрытые вопросы, как правило, направлены на получение подтверждений о полученной ранее информации. Ответы: «да», «нет», «в таком-то году», «в таком-то городе».
 - **Пример:**
 - Приходилось ли вам увольнять сотрудников компании?

Классификация вопросов

- Хорошие результаты дает использование закрытых вопросов в сочетании с дополнительными вопросами.

Пример:

- Можете ли вы работать в условиях прессинга?
- Расскажите о каком-либо случае, когда вам приходилось работать в условиях прессинга.

или

- На какую заработную плату вы претендуете?
- Что вы можете предложить нам за эти деньги?

Классификация вопросов

- **По отношению к познавательной цели** вопросы подразделяются на:
 - **1. Узловые.** Ответы на них служат непосредственно достижению цели.
 - **Пример:** Занимаетесь ли вы спортом?
 - **2. Наводящие.** Верный или примерный ответ на наводящий вопрос как бы подготавливает соискателя к пониманию узлового вопроса или подсказывает ему, на какую тему следует говорить дальше.
 - **Пример:**
 - Для этой работы нужна аккуратность. Вы аккуратный человек?
 - Наверное, вам пришлось пожалеть об этом? Не так ли?
 - У нас довольно высокая нагрузка. Как вы относитесь к этому?

Анализ интервью:

- На первых ролях выступает содержательный анализ, интент-анализ, а также анализ поведения респондента.
- Количественной обработке информация не подвергается, так как главная её ценность в уникальности.
- Для исследования поведенческих, невербальных особенностей респондента используется также видео-запись.
- Опытный интервьюер присутствует при составлении отчёта и делится своими впечатлениями относительно поведения опрашиваемого, в том числе эмоциональным тоном беседы, темпом, ритмом, позами и жестами

Экспертные интервью

- **Экспертное интервью** — беседа с привлеченными экспертами в различных отраслях, которые могут помочь в сборе информации по специализированным вопросам, для оценки инвестиционных проектов на основе анализа имеющейся информации.

Если необходимо получить:

- компетентную оценку экспертов, в интересующей области;
- эксклюзивную информацию, которой обладают только эксперты;
- мнения практиков по конкретным вопросам.

Плюсы и ограничения

Методы



- С помощью глубинных интервью можно получить более полную информацию о поведении человека, о причинах такого поведения, его глубинных мотивах, что не всегда возможно в фокус-группе, где респонденты оказывают давление друг на друга



- Основные недостатки связаны со сложностью поиска интервьюеров.
- Сложность обработки данных глубинного интервью влияет на сроки проведения исследования и может вести к потере качества.
- Достаточно высокие [цены на](#)

Сравнение глубинных интервью с фокус- группами

Преимущества глубинного интервью по сравнению с фокус- группами	Недостатки интервью по сравнению с фокус- группами
1. Отсутствует давление группы, что позволяет респонденту открыть истинные чувства, и у него не возникает потребности равняться на других	1. Интервьюер не может охватить большое количество респондентов, проводя с каждым из них длительное время
2. Для респондента характерно повышенное чувство сознательности, поскольку он находится в непосредственной близости от интервьюера и не может спрятаться за спины других	2. Глубинные интервью обычно обходятся исследователю гораздо дороже
3.	3.
4.	4. И т.д.

Анализ протокола и проекционные методы

- **Анализ протокола** заключается в помещении респондента в определенную ситуацию по принятию решения, при этом он должен описать все аргументы «за» и «против», которыми он руководствовался при принятии решения.
- **Проекционные методы** – неструктурированная и непрямая форма задания вопросов, которая помогает исследователям обнаружить скрытые мотивы, убеждения, отношения респондентов об интересующих вопросах.

Техника интервьюирования.

- Тест «Третья персона» применяется для продуктов и услуг, в которых респондент не заинтересован, или в случае, если он не думает об этом продукте. В вопросе спрашивают о ком-то постороннем.
- Тест «Словесная ассоциация» базируется на предположении, что если вопрос задан быстро, спонтанно, то срабатывает подсознание. Используется в случаях, когда необходимо проверить марочное имя, или ассоциации, которые связаны с каким-либо продуктом

Техника интервьюирования.

- Тест «Завершение предложения», в котором, как и в предыдущем тесте, респондента просят откликнуться без предварительных раздумий на начало предложения
- Тест «Тематическое представление» связан и интерпретацией картинки: респонденту дают какую-то картинку и просят описать, что произойдет после момента, запечатленного на ней, или что случилось до этого момента

Спасибо за внимание! Вопросы?

