

<b>Objetivo</b>	Organização de um questionário típico			
<b>Abrangência</b> (atividade: tarefa)	1.3 Consolidar Informações sobre tecnologia e mercado 3.2 Revisar e Atualizar o Escopo do Produto 3.4 Identificar os requisitos dos clientes do produto			
<b>Passo</b>		<b>Tipo</b>	<b>Função</b>	<b>Exemplo</b>
	Perguntas iniciais	Abrangentes e genéricas	Quebrar o gelo e criar empatia com o respondente	Você tem um videocassete?
	Próximas poucas perguntas	Simple e diretas	Assegurar ao respondente que a enquete é muito simples e fácil de responder	Em quais marcas de videocassete você pensou quando comprou seu aparelho?
	Perguntas posteriores a um terço do questionário	Perguntas específicas	Mais relacionadas aos objetivos da pesquisa para conduzir o respondente à área de interesse do assunto	Quais as características que você leva em conta na hora de comprar um videocassete?
	Parte principal do questionário	Perguntas específicas; algumas podem ser difíceis e complexas	Obter a maioria das informações almejadas pela pesquisa	Classifique em ordem de importância para você as seguintes características de um aparelho de videocassete: ...
	Últimas perguntas	Perguntas pessoais que podem ser encaradas pelo respondente como delicadas	Obter informações demográficas e classificatórias sobre o respondente	Qual é seu nível formal de escolaridade?
Fonte: AAKER et al(2001), página 331				
<b>Instrumento de coleta</b>	<p>Em geral, o questionário é dividido em cinco partes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Dados de Identificação do questionário: número, turno, região por exemplo;</li> <li>(2) Solicitação para cooperação e agradecimento antecipado;</li> <li>(3) Instruções para sua utilização;</li> <li>(4) Perguntas, questões e forma de registrar as respostas;</li> <li>(5) Dados para classificar sócio-economicamente o respondente.</li> </ol> <p>O questionário fechado irá quantificar os itens que resultaram da etapa qualitativa.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Antes da aplicação definitiva, é importante submeter o questionário fechado à avaliação e sugestão de outros indivíduos (pré-teste).</li> <li>2. Neste sentido, deve-se observar a forma pela qual as questões estão escritas, evitando o uso de linguagem técnica, gíria ou termos ambíguos, que possam confundir a resposta dos pesquisados.</li> </ol> <p>O questionário não deve ser extenso, as perguntas devem ser objetivas e neutras. Muitos pesquisadores ainda possuem uma visão simplista do trabalho de levantamento de dados. Acreditam que redigindo algumas perguntas óbvias e entregando para algumas pessoas do mercado-alvo dispostas a respondê-lo obterá informações desejáveis. Por isso, é de suma importância planejar um levantamento confiável que exija treinamento e experiência para evitar desperdícios de recursos e principalmente conclusões errôneas na pesquisa.</p>			
<b>Resultados Esperados</b>	O planejamento da pesquisa visa estabelecer uma coerência entre os objetivos da pesquisa e os meios de obter a informação desejada.			
<b>Melhores Práticas</b>	<p>Algumas observações devem ser ressaltadas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) a forma da pergunta: Devem ser evitadas perguntas que induzam ou influenciem o entrevistado na resposta;</li> <li>(2) a escolha das palavras: A pesquisa deve ser simples, direta e imparcial;</li> <li>(3) a seqüência das perguntas: As perguntas mais difíceis do questionário devem ser colocadas no final; para evitar uma possível reação emocional que possa interferir nas respostas subseqüentes na entrevista.</li> </ol> <p>Os dados de identificação podem ser colocados como os últimos campos no questionário, por envolverem dados pessoais, que são fáceis de serem preenchidos.</p>			