

ИЭФ. Анкета обратной связи

Ожидаемые сроки исполнения:

Один семестр

Заказчик

СК Росгосстрах

2024



Контекст

В какой области решаем проблему?



МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Минтранс России



Транспортный
университет

В компании после обучения высылается анкета обратной связи для оценки качества обучения. Сейчас наполняемость анкет составляет примерно от 20 до 30 процентов в зависимости от квартала, по некоторым мероприятиям она меньше. Нужно повысить конверсию до 60%, чтобы результаты давали наиболее полную и объективную оценку проводимому обучению



Проблема

Что за проблема: кто пытается достичь какую цель и что мешает?

Кто?

Начальник управления по обучению и развитию, начальник по обучению

Что хочет?

Увеличить процент наполняемости анкет обратной связи до 60%

Что мешает?

Есть только несколько гипотез: 1. Не видят ценности в заполнении опросника 2. Не хотят делиться негативной обратной связью 3. Откладывают заполнение и не возвращаются к задаче.

Какие есть способы решения и почему они не подходят?

Использования альтернативных инструментов сбора обратной связи: вместе с рассылкой на почту после обучения стали собирать через QR код, конверсия сильно не изменилась

