

FOCUS GROUP

In sintesi

Consistono in una serie di incontri in cui gruppi di persone vengono coinvolte per confrontarsi ed esprimere le proprie opinioni su determinati temi/problemi di interesse per l'azienda. Metodologia di rilevazione usata per individuare obiettivi, cause e direzioni durante il percorso di progettazione degli interventi formativi o di progetti di comunicazione interna.

Che cos'è?

I Focus Group sono una tecnica di ricerca qualitativa finalizzata a raccogliere le percezioni e gli atteggiamenti di un gruppo di persone rispetto ad un determinato tema/argomento/problema oppure rispetto ad un prodotto o un'idea.

Generalmente consistono in incontri che prevedono la partecipazione di 8/12 persone che sono chiamate a confrontarsi e discutere su un tema di interesse a partire dagli stimoli e dalla domande proposte da un conduttore/facilitatore. Il facilitatore è affiancato da un osservatore che ha il compito di rilevare le dinamiche di gruppo in termini relazionali.

La caratteristica principale di questa tecnica è l'interazione: la finalità generale dell'intervista è infatti quella di creare un clima di apertura e dialogo che consenta ai partecipanti di esprimere in maniera libera le proprie opinioni.

A cosa serve?

- raccogliere informazioni e comprendere percezioni sul contesto di riferimento
- rilevare esigenze organizzative (comunicazione, formazione, ecc.) di particolari target
- facilitare lo scambio di idee e informazioni
- condividere percezioni comuni