



Nowa era badań jakościowych

*konwersacyjny chatbot
i finezja człowieka*



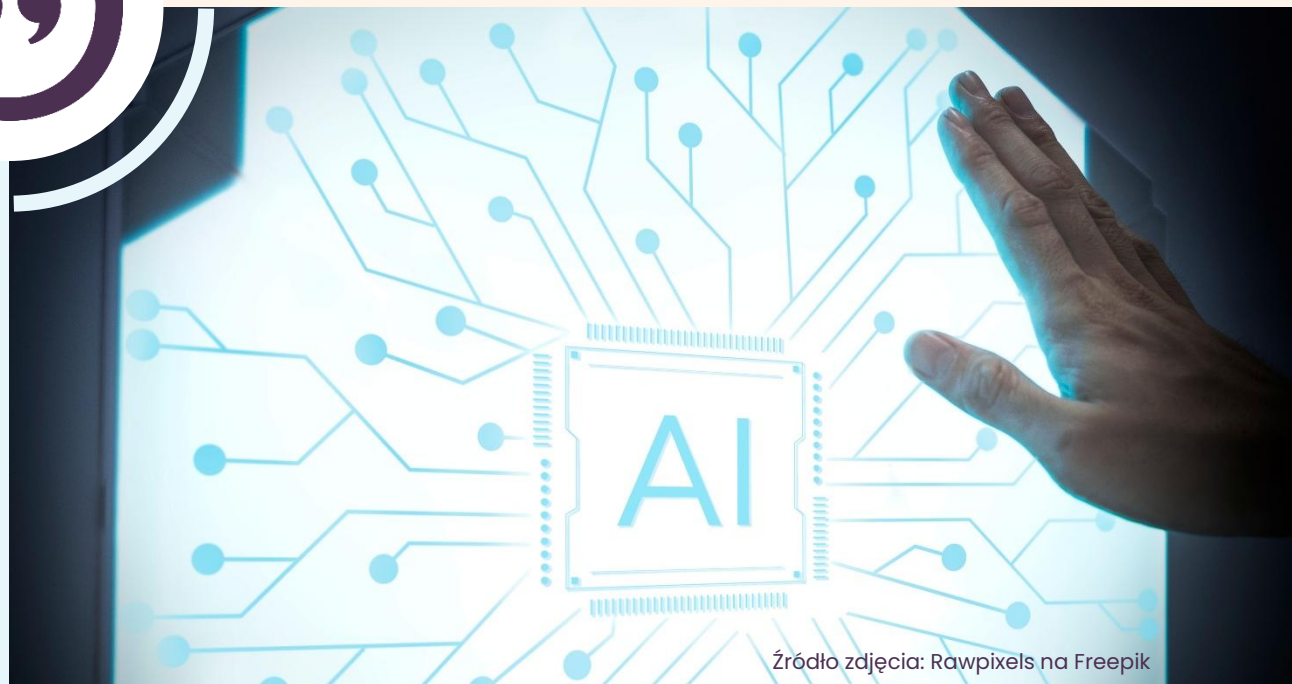


Zdjęcie: anastasia-petrova @Unplash



Odkryj Qual'IA
hybrydową metodologię
- do prowadzenia badań
jakościowych w terenie,
o niespotykanej dotąd skali,
szybko i elastycznie.

... Technologia zmienia sposób
zbierania danych
jakościowych:
konwersacyjny AI i analiza
wypowiedzi w modelach LLM.



Źródło zdjęcia: Rawpixels na Freepik

„ Nasza obietnica



#Szybkość:

droga od pytania do odpowiedzi realizowana **w kilka dni**, i na większej liczbie respondentów niż tradycyjne IDI



#Pogłębienie:

dopytaj o wyniki ilościowe, pogłębiaj je **z tymi samymi** osobami, lub **z nową** grupą docelową

#Dostępność:

elastyczna rekrutacja, **w tym social media**, panele, eventy; interakcja z trudno dostępnymi grupami: specjaliści, JDG, młodzież; platforma naśladuje znany świat komunikatorów internetowych, łatwy interface

#Real-time:

przeprowadzania wywiadów **zaraz po zdarzeniu** (na evencie, targach, w sklepie, po zakupie, itp.)



#Międzynarodowość:

skalowalne – bardzo łatwe i przeprowadzanie wywiadów **w wielu krajach, językach**



Nasze rozwiązanie nie zastępuje tradycyjnych badań jakościowych. Jest elastyczną i skuteczną alternatywą – w rekordowym czasie, dla konkretnych potrzeb, w większej skali.

„Metoda dostosowana do potrzeb Klienta

Badanie opinii: identyfikacja zmieniających się oczekiwań wobec produktów, oferty, obsługi, komunikacji; opinie i informacja zwrotna



W czasie rzeczywistym: uzyskanie autentycznych, spontanicznych wypowiedzi w szybkim czasie po wydarzeniu, kampanii, itp..



Dotarcie do specjalistów: szybkie wywiady w grupach profesjonalistów, niszowych targetach, wśród influencerów; w trudnych tematach



Testy koncepcji i komunikacji: zebranie w ciągu kilku dni reakcji na pomysły kreatywne i koncepty, produkty, promocje



Pogłębianie wniosków ilościowych: poprzez przeprowadzenie modułu badań jakościowych na tych samych respondentach



Wiedza badawcza wsparta AI

dzięki *Qual-IA* przeprowadzisz *więcej wywiadów pogłębionych w krótszym czasie i dowolnym terminie, w większej skali*

Qual-IA łączy w sobie siłę sztucznej inteligencji z doświadczeniem naszych badaczy jakościowych, umożliwiając przeprowadzanie wysokiej jakości badań eksploracyjnych na większą skalę, dbając przy tym o odpowiednią pracę modeli, ich kontrolę.

#1

Chatbot konwersacyjny zdolny do przeprowadzania **swobodnych wywiadów** online trwających **do 20 minut** (zależy od zaangażowania w temat).

#2

Możliwość przeprowadzenia **kilkudziesięciu wywiadów w ciągu kilku dni** (w tym w weekendy).

#3

Analiza jakościowa przeprowadzona przez naszych ekspertów – **streszczenia konwersacji, podsumowania, analizy i pogłębianie pytań badawczych przy wsparciu modeli językowych (LLM).**



„Qual-IA: kluczowe wyróżniki

EKSPLORACJA

- 1 -

Udział badacza na wszystkich etapach:

- ▶ Opracowanie pytań badawczych i scenariusza rozmowy na podstawie briefu
- ▶ Zaprogramowanie układu wywiadu i odpowiednich promptów, wskazówek
- ▶ Bieżąca kontrola wywiadów, podgląd, zmiany pytań, korekta zdarzeń
- ▶ Analiza wyników: analiza treści przez doświadczonego badacza

OPTIMALIZACJA

- 2 -

Efekt skali zebranych danych:

- ▶ Rekrutacja wieloźródłowa (panele), z mocnym naciskiem na **social sampling** (targetowane, geolokalizacja, trend-setterzy, influencerzy, wg. Zainteresowań, nisze)
- ▶ **Powiększone próby** – więcej niż w tradycyjnych IDI
- ▶ Rzetelne dane dla konkretnych grup celowych – globalny, zróżnicowany, **w tym trudno dostępne**

JAKOŚĆ ODPOWIEDZI

-3-

Uczestnicy **chętniej mówią** dzięki:

- ▶ Braku obaw przed ludzką oceną
- ▶ Przyjaznemu interfejsowi – konwersacyjny, angażujący, w dopasowanym stylu, z odpowiednim słownictwem, terminami.
- ▶ Wyższe wskaźniki ukończenia, lepsze doświadczenie respondenta.
- ▶ **Bardzo szybka** (np. 100 rzemieślników w 2 dni, 80 konsumentów whisky w 5 dni)

Analiza: kompleksowa, w trakcie badania, wspierana przez AI, kontrolowana przez badacza.
Nasze zobowiązanie: gwarantowana wiarygodność, jakość i użyteczność wniosków.

„ Jak to działa?

1/3

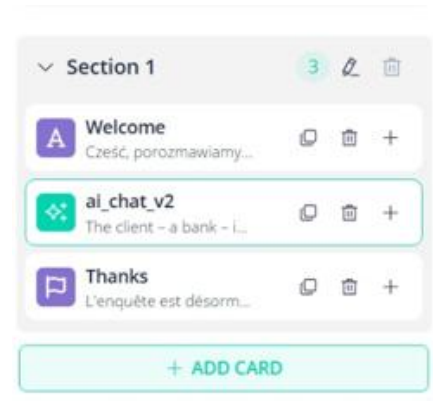
#Przygotowanie

na platformie
projektujemy układ
rozmowy w dwóch
opcjach

a. **Badanie ilościowo – jakościowe**, z modułem konwersacyjnym AI dla pogłębienia wyników

b. **Tylko jakościowa eksploracja** – programujemy i promptujemy tylko moduł AI

- wywiad zaczyna się od krótkiego powitania, wstępu, instrukcji – następnie rozmowa toczy się interaktywnie i angażująco
- kontrola dopasowania respondenta do grupy docelowej



Context

Can you explain the general context and the reason behind this survey? What are you trying to achieve?

The client – a bank – is currently in the process of refreshing its savings offer, both in terms of communication and product. The aim of the study is to understand how Poles approach saving, setting money aside, securing their future (including retirement), as well as investing. We want to explore their experiences, needs, and preferences related to personal finance. We do not want to limit ourselves to the standard savings products available on the market (such as term deposits, savings accounts, or savings goals).

Detailed Objectives

More precisely, what are the key questions you want to answer?

- 1 Understanding what saving means to consumers
- 2 Identifying their current practices in this area of saving
- 3 Uncovering the motivations behind attempts to save and the choice of specific saving methods
- 4 Exploring the drivers and barriers (both external and internal) influencing consumers' choices in this regard.

„ Jak to działa?

2/3

#Promptowanie

- Wskazówki powinny zawierać nie tylko cele i pytania badawcze, ale także szczegółowe kwestie na które chcemy zwrócić uwagę.
- Znając profil grupy docelowej – dostosowujemy tryb i styl rozmowy, słownictwo, terminy technologiczne i specjalistyczne, poziom emocji.
- **Wywiad nie zastępuje moderatora ale jest angażujący – daje komfort dynamicznej, płynnej rozmowy w trybie tekstowym, w którym maszyna powraca do zadanych potrzeb badawczych, dostosowując się do stylu i odpowiedzi respondenta.**



Focus #2 Current saving practices

Additional guidelines

Add suggestions of topics to explore, questions to ask, or other guidelines for this part of the interview

- Can you describe your current saving practices?

What types of products or methods do you use to save?

How often do you set money aside?

Guideline: Aim to gather details about habits and products used, noting variations in practices.

Focus #3 Motivations for saving

Additional guidelines

Add suggestions of topics to explore, questions to ask, or other guidelines for this part of the interview

-Are there specific goals you hope to achieve through your savings?

-How have your motivations changed over time?

Guideline: Identify underlying motivations and both short- and long-term goals related to saving.

Focus #4 Choice of saving methods

Additional guidelines

Add suggestions of topics to explore, questions to ask, or other guidelines for this part of the interview

„ Jak to działa?

3/3

#Dynamiczny, konwersacyjny tryb

Badacz poprzez prompty programuje algorytm, aby odnosił się do poniższych sytuacji:

- zmiana tematu,
- nieadekwatne treści,
- zachęcanie do odpowiedzi na nieporuszane tematy,
- trzymanie się tematu i pytań badawczych
- nie wychodzenie z roli moderatora,
- wykluczanie i reagowanie na błędy lingwistyczne

Zaczynamy

Świetnie, że jesteś gotowy/a do rozmowy! Zaczniemy od Twoich doświadczeń z oszczędzaniem. Jakie są Twoje dotychczasowe doświadczenia z oszczędzaniem pieniędzy? Czy korzystasz z jakichś produktów oszczędnościowych? Jeśli tak, to jakich?

No więc, jeśli mam mówić szczerze, to moje doświadczenia z oszczędzaniem są dość... mieszane 😊. Staram się odkładać część pieniędzy, głównie na tzw. „czarną godzinę” albo większe wydatki typu wakacje ale czasem coś wypadnie i od razu trzeba wyjąć kasę.

Rozumiem, życie potrafi być nieprzewidywalne! 😊 Czy korzystasz z jakichś konkretnych produktów oszczędnościowych, takich jak lokaty czy rachunki oszczędnościowe, aby pomóc sobie w odkładaniu pieniędzy? Jak oceniasz ich przydatność w Twojej sytuacji?

Na co dzień korzystam głównie z konta bankowego z opcją automatycznego przelewu na osobne konto oszczędnościowe – to takie, że codziennie albo co miesiąc część wpływów sama się „przerzuca” i tak się trochę odkłada.

To brzmi jak sprytne rozwiązanie! 😊 Jak oceniasz tę funkcję automatycznego przelewu? Czy uważasz, że pomaga Ci w regularnym oszczędzaniu, czy może są jakieś aspekty, które chciałbyś/chciałabyś poprawić?

Jest to dobry sposób, żeby regularnie odkładać pieniądze bez większego wysiłku.

Cieszę się, że to działa dla Ciebie! 😊 A jakie są Twoje główne cele oszczędności? 📌? Czy odkładasz na coś konkretnego jak np. emerytura, edukacja dzieci, czy może

Cześć, porozmawiamy sobie zaraz o oszczędzaniu. Jeśli jesteś gotowy/a daj znać naciskając poniższy przycisk "Zaczynamy"

Zaczynamy

Cieszę się, że jesteś gotowy/a do rozmowy! Zaczniemy od podstawowego pytania: **Co dla Ciebie oznacza oszczędzanie?** Jakie emocje lub myśli wiążesz z tym pojęciem?

raczej negatywne

Rozumiem, że oszczędzanie może budzić negatywne emocje. **Czy mógłbyś/mogłabyś opisać, jakie konkretne emocje towarzyszą Ci przy myśleniu o oszczędzaniu?** Czy jest to stres, niepewność, czy może coś innego?

po prostu nie mam za bardzo z czego oszczędzać więc trudno mi o tym mówić, chciałabym oszczędzać więcej ale się nie da bo trzeba za coś też żyć

Dziękuję za szczerość. To rozumiem, że przy ograniczonych środkach oszczędzanie może być wyzwaniem. **Czy są jakieś konkretne przeszkody, które najbardziej utrudniają Ci odkładanie pieniędzy?** Może to być coś związanego z codziennymi wydatkami lub innymi zobowiązaniami.

po prostu codzienne wydatki, też to, że chciałabym mieć cokolwiek a nie tylko oszczędzać, co to za życie jak nie można sobie sprawić jakiejś małej przyjemności np. wyjście do restauracji bo trzeba oszczędzać, dla mnie to jest wybór albo to albo to

Rozumiem, że chęć cieszenia się życiem i codziennymi przyjemnościami może stać w konflikcie z potrzebą oszczędzania. **Czy kiedykolwiek próbowałeś/próbowałaś znaleźć jakiś sposób na pogodzenie tych dwóch rzeczy?** Może jakieś małe kroki, które pozwalają na oszczędzanie, ale nie rezygnowanie z przyjemności?

opinionway,

Przykład badania...

Pierwsze projekty już za nami, a to co możemy opowiedzieć, to badanie prowadzone na potrzeby jednego z naszych dużych projektów syndykatowych.

Case study: badanie opinii publicznej we Francji 1/3

Zadanie: Wyniki ilościowe wymagające pogłębienia

Od 2009 roku OpinionWay wraz z Centrum Badań Politycznych Sciences-Po (CEVIPOF), prowadzi cykliczne badanie „**Barometr zaufania do polityki**” – od 2019 rozszerzone na inne kraje europejskie. We Francji reprezentatywna próba obejmuje **około 2000 osób** – celem jest pomiaru i śledzenia w czasie **poziomu zaufania** do różnych podmiotów politycznych, społecznych i gospodarczych.

Szczególnie **niepokoiły wyniki** w ramach 16. fali badania przeprowadzonego w **styczniu 2025 r.:**

Bardzo **negatywne postrzeganie funkcjonowania demokracji** we Francji

71%

Francuzów uważa, że demokracja we Francji nie funkcjonuje prawidłowo

Poziom nieufności wobec polityki na niespotykanym **poziomie**

74%

Francuzów nie ma zaufania do polityki

Wyrażono bardzo **negatywne opinie** wobec działań **polityków**

76%

Francuzów ma negatywne odczucia wobec polityki

Wybór padł na rozwiązanie, które wprowadza badania jakościowe w nową erę

Qual'IA 

rozmowy online prowadzone przez konwersacyjny AI

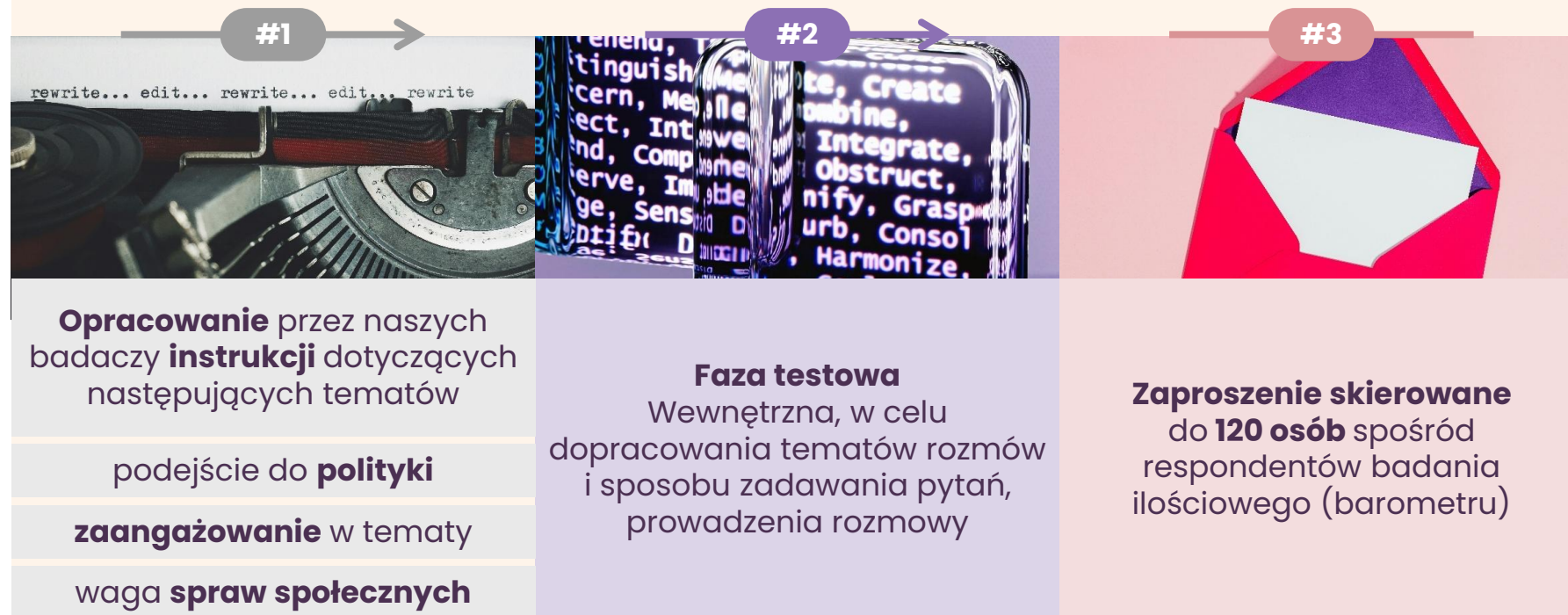
Case study: badanie opinii publicznej we Francji

2/3

Zadanie: Wyniki ilościowe wymagające pogłębienia

Od 2009 roku OpinionWay wraz z Centrum Badań Politycznych Sciences-Po (CEVIPOF), prowadzi cykliczne badanie „**Barometr zaufania do polityki**” – od 2019 rozszerzone na inne kraje europejskie. We Francji reprezentatywna próba obejmuje **około 2000 osób** – celem jest pomiaru i śledzenia w czasie **poziomu zaufania** do różnych podmiotów politycznych, społecznych i gospodarczych.

Wdrożenie badania w postaci chatu AI:



Co nam to dało pod względem metodologicznym:

Ponad **70** wywiadów przeprowadzonych w ciągu **4 dni** przez sztuczną inteligencję z każdym uczestnikiem

Średni czas trwania wywiadu: **39 minut**

Od **20** do **35** otwartych pytań

Case study: badanie opinii publicznej we Francji 3/3

Wynik zastosowania naszej metody:

- spontanicznie zebrane tematy, reakcje
- dostęp do zróżnicowanej grupy docelowej, w panelu, w 10 dni
- 15 dni od uzgodnienia do dostarczenia raportu
- bogactwo odpowiedzi, różnorodność punktów widzenia, zaowocowało szczegółowymi wnioskami i zaleceniami.



„ Nasza oferta ramowa



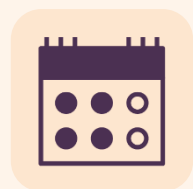
Zakres wyceny:



**Koszty X wywiadów
Qual-IA
z grupą docelową***



**Zakres raportowania
– tylko streszczenie/
transkrypcje lub pełen
raport w PPTx**



**Timing: od 5 dni
roboczych, w
zależności od
wymogów rekrutacji**

** Rekrutacja na panelach własnych (link) lub social mediach (usługa wyceniana w META).*

Zasięg i liczba:

dostęp do niszowych i trudnych grup → panele lub social media, eventy, geolokalizacja, kody QR, bazy danych

Jakość:

brak gratyfikacji → bardziej autentyczne, specjalistyczne, bogactwo wypowiedzi.

Zwinność:

szybsza realizacja → wyniki w kilka dni, a nie tygodni.



Zasięg

Dostęp do rzadkich i niszowych odbiorców, na całym świecie



Zdjęcie: Freepik

Elastyczność

skalowalna technologia, w odpowiednim czasie

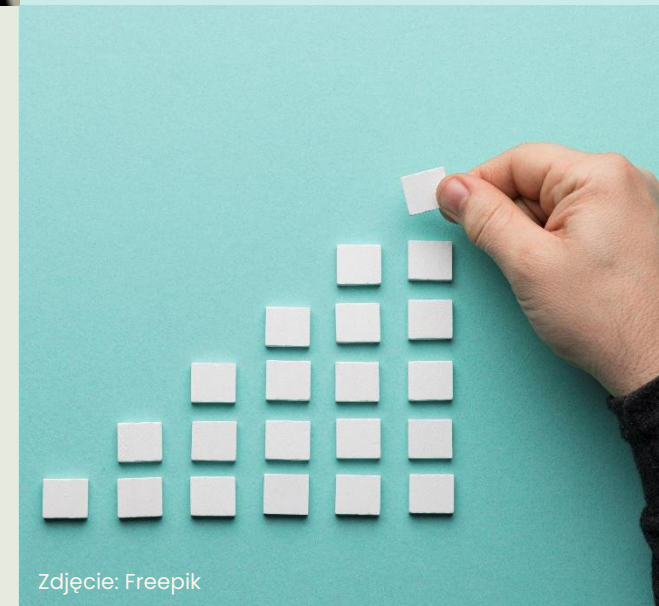
Szybkość

Projekty realizowane online, przez AI



Jakość

Wiarygodność danych, prompty, wsparcie eksperckie



Zdjęcie: Freepik

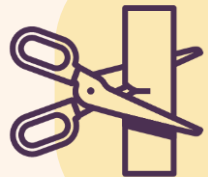
opinionway

Trochę więcej o nas...

Działamy lokalnie, przy wsparciu naszej
sieci badaczy oraz studia graficznego w
Krakowie

„**opinionway**” w Polsce

Enable *today*, shape *tomorrow*



2020

założenie firmy
w Polsce



biura w
Warszawie
i Krakowie



W roku:
2024



48

zrealizowanych badań
i projektów



8

nowych Klientów



15

etatowych
pracowników



4,2 mln PLN

przychody netto

ESOMAR²⁵
Corporate

Od momentu powstania w 2020 r. OpinionWay Polska jest członkiem Esomar.

W 2022 roku wdrożyliśmy Politykę Ochrony Danych Osobowych i powołaliśmy Inspektora Ochrony Danych Osobowych

„opinionway” na świecie

Enable *today*, shape *tomorrow*



2000

Data założenia

9.1/10

satysfakcja naszych klientów

> 2200

badan zrealizowanych
w 2024

Liczba współpracowników: 162



Złota Nagroda za Satysfakcję Konsumentów / Podróże i Doświadczenia Klienta oraz **Srebrna Nagroda** w kategorii Trendy i Perspektywy w konkursie **Trophées Etudes & Innovations 2023**.

85%
quant



15% qual

7%
CAPI

23%
CATI

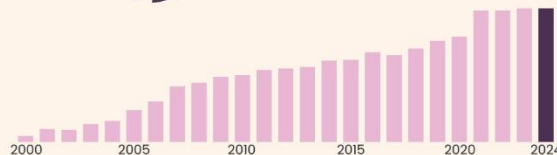
70%
CAWI



Innowacja

- społeczności online
- social media intelligence
- konwersacyjny AI – Quol'IA
- hybrydyzacja danych

21,5 M€



obróć

21%

Udział badań międzynarodowych

Przez lata OW prowadziło badania w

89 państwach



Międzynarodowa grupa
posiadająca filie w...



Paryżu



Bordeaux



Brukseli



Warszawie



Kasablance



Abidżanie



Qual'IA
by opinionway

2025

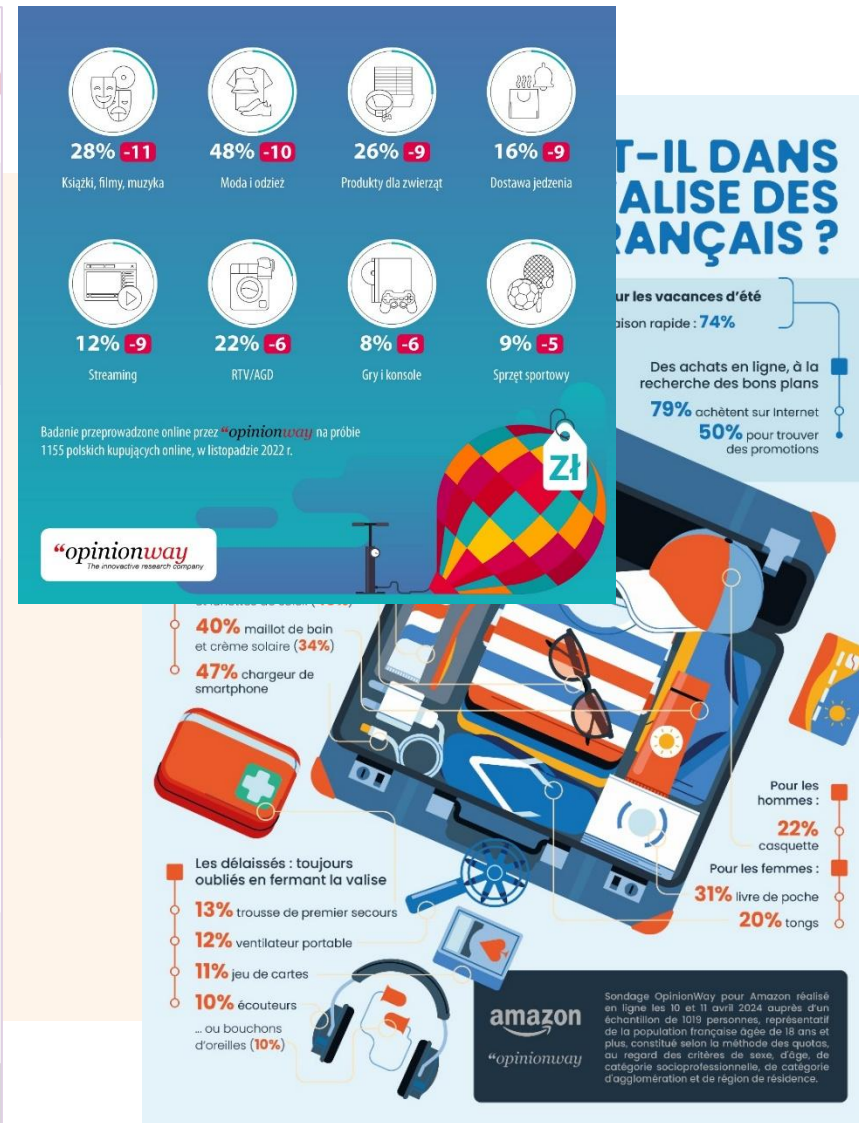
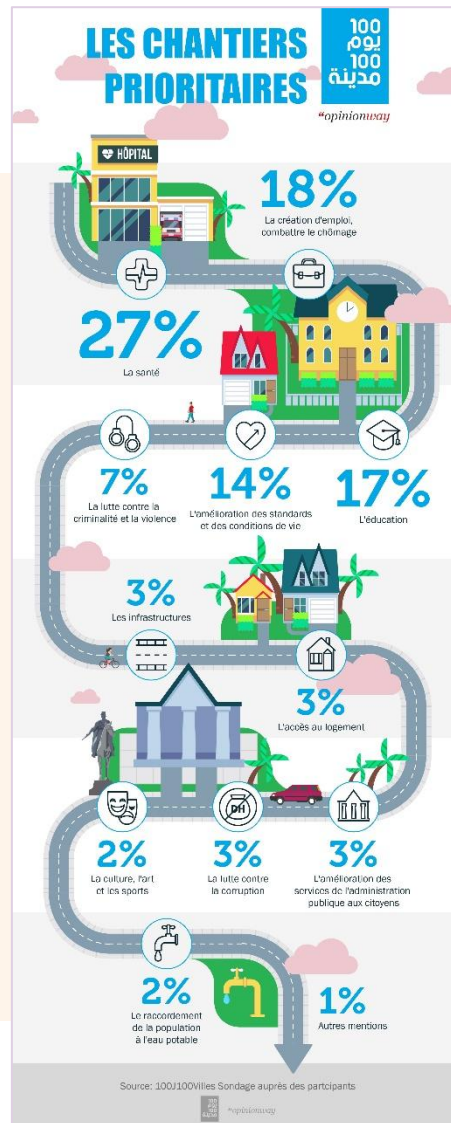
” Infografiki przygotowywane przez nasz dział graficzny



DESIGN STUDIO

Od innych agencji badawczych odróżnia nas fakt, że posiadamy własne, autorskie studio graficzne!

Mamy udokumentowane osiągnięcia w zakresie atrakcyjnych graficznie form raportowania i podsumowań badań w postaci infografik itp.



opinionway

PARYŻ • BORDEAUX • BRUKSELA • WARSZAWA • CASABLANCA • ABIDJAN

Założona w 2000 roku firma OpinionWay była innowacyjnym i pionierskim przedsięwzięciem jako pierwsza realizująca badania online we Francji. Wyspecjalizowała się w wypracowywaniu skutecznych praktyk badań marketingowych i pracy z danymi.

Od początku swojego istnienia firma nieustannie się rozwija, konsekwentnie poszerzając zakres działalności, aby skuteczniej odpowiadać na wyzwania Klientów. W trakcie swojego rozwoju do swoich metodologii wprowadzała m.in. analizę Social Media Intelligence, Smart Data, Design Thinking, społeczności (Communities) oraz storytelling. Obecnie OpinionWay kontynuuje dynamiczny rozwój, rozszerzając działalność na rynki o wysokim potencjale, takie jak Europa Środkowo-Wschodnia i Afryka.

Tworzymy pierwsze wdrożenia w oparciu o AI.

Działając dziś tworzymy przyszłość!

Ta misja napędza pracowników OpinionWay i stanowi podstawę budowania relacji z klientami.

Satysfakcja z odpowiadania na pytania klientów, minimalizowania niepewności, analizowania kluczowych informacji oraz współtworzenia przyszłych rozwiązań stanowi fundament każdego realizowanego projektu.

Zaangażowanie, w połączeniu z autentyczną pasją do innowacji i dzielenia się wiedzą, sprawia, że klienci deklarują wysoki poziom satysfakcji po każdej współpracy – 8.9/10 – oraz wysoki wskaźnik rekomendacji.

Satysfakcja, zaangażowanie oraz wyzwanie intelektualne to trzy główne cele naszej pracy.

Pozostańmy w kontakcie!

Twój kontakt OpinionWay

Iwona Szewczak
Commercial Director

Tel. +48 505 464 905
iszewczak@opinion-way.com

Marcin Szczudłowski
Research Director

+48 786 810 548
mszczudlowski@opinion-way.com

ESOMAR²⁵
Corporate