



10 razones para aprender a moderar un focus group.

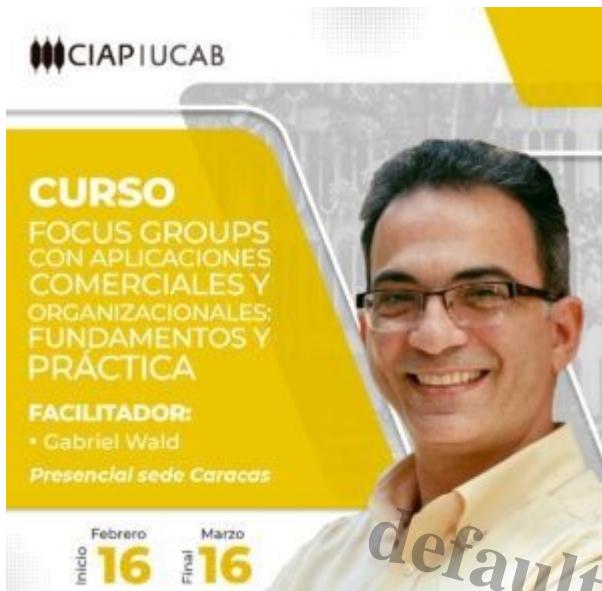
Descripción

Un focus group es un método de investigación que junta a un pequeño grupo de personas para responder preguntas en un ambiente moderado. El grupo se elige según rasgos demográficos deseados, y las preguntas se elaboran con el objetivo de indagar sobre uno o varios temas de interés.

Manejar las herramientas básicas para moderar una entrevista grupal es necesario porque le permitirá:

1. Detectar necesidades y oportunidades de mejora para organizaciones, productos, servicios o comunicaciones
2. Poner a prueba hipótesis de la alta gerencia sobre fenómenos y opiniones entre los colaboradores
3. Evaluar aceptación y objeciones ante propuestas comunicacionales, conceptos, productos y servicios
4. Descubrir las razones que fundamentan una opinión o decisión grupal
5. Recabar propuestas por parte de consumidores o colaboradores
6. Controlar una situación de entrevista grupal, de corte comercial u organizacional
7. Tomar previsiones para que la situación de entrevista cumpla su objetivo, controlando factores personales o imprevistos
8. Comprender y aplicar pautas de selección de participantes, claves para el éxito de las dinámicas
9. Alinear el guion de entrevista, la moderación y el análisis, para que el cliente tome decisiones con resultados claros y concretos
10. Accionar estudios rápidamente dentro de la organización, en caso de que no sea viable recurrir a un outsourcing.

Si deseas aprender a moderar dinÁmicas de grupo te recomendamos el siguiente curso avalado por la Universidad CatÁlica AndrÁs Bello.



MÁs informaciÃ³n sobre el curso [aquÃ.](#)

CategorÃa

1. Mercadeo y Ventas

Fecha de creaciÃ³n

2022/09/22

Autor

mariociap