PERSPEKTYWA CHCIEĆ

# Karta diagnostyczna 01

Co sprawia, że propozycja marki nabiera znaczenia dla człowieka?

## PRZEDMIOT ANALIZY

Marka / produkt / usługa

Analizowany punkt styku

## SIEDEM PYTAŃ DIAGNOSTYCZNYCH

Uzupełnij hipotezy, nie domysły jako fakty.

01 **Co analizuję?**
Jaki konkretny punkt styku, produkt, komunikat lub sytuację poddaję ocenie?

02 **Co może mieć znaczenie dla człowieka?**
Jaką potrzebę, cel, problem, możliwość lub oczekiwanie może przywoływać propozycja?

03 **Czy zainteresowanie ma się dopiero pojawić, czy może istnieć już wcześniej?**
Czy analizujemy nową propozycję, znaną markę, powtarzalny zakup czy zachowanie rutynowe?

04 **Czego dokładnie może dotyczyć zainteresowanie?**
Produktu, komunikacji, doświadczenia, informacji czy oczekiwanego rezultatu?

05 **Dla kogo i w jakich okolicznościach może to mieć znaczenie?**
Jakie sytuacje lub cechy odbiorców są istotne dla naszej hipotezy?

06 **Jakimi dowodami dysponuję?**
Co wynika z obserwacji punktu styku, a co potwierdzają dane dotyczące rzeczywistych odbiorców?

07 **Czego jeszcze nie wiem?**
Jakie badanie, porównanie lub obserwacja mogłyby pomóc sprawdzić moją interpretację?

WERYFIKACJA

# Od obserwacji do wniosku

Oddziel to, co rzeczywiście widzisz, od tego, co wymaga sprawdzenia.

## CZTERY POZIOMY ANALIZY

Nie każda hipoteza ma już potwierdzenie.

### OBSERWACJA

Co rzeczywiście przedstawia punkt styku? Jakie informacje, symbole i obietnice widzimy?

### HIPOTEZA MECHANIZMU

Jak te elementy mogą wpływać na istotność, zainteresowanie lub przypomnienie propozycji?

### KONTEKST ODBIORCY

Dla kogo i w jakiej sytuacji ten mechanizm może mieć znaczenie?

### DOWODY I NIEWIADOME

Co potwierdzają dane, a co nadal pozostaje wyłącznie hipotezą?

## INTERPRETACJA CHCIEĆ

Zaznacz rozpoznaną sytuację lub pozostaw rozstrzygnięcie otwarte.

- ☐ Pojawienie się istotności
- ☐ Utrzymywanie istotności
- ☐ Brak rozpoznawalnego CHCIEĆ
- ☐ Nie rozstrzygnięto

## WNIOSEK DIAGNOSTYCZNY

**Co może mieć znaczenie / jaki jest potencjał?**

**Co pozostaje niepewne / co może być problemem?**

**Jak zweryfikuję hipotezę?**

Brak rozpoznawalnego CHCIEĆ również jest dopuszczalnym wynikiem analizy.