

implicitCASE

2015

iCode™
TIME EMOTIONS!



N=63

Co myślą i co czują
uczestnicy konwersatorium TQM
profesora Bliklego?

CO TAK NAPRAWDĘ SĄDZIMY O SOBIE I O POLAKACH

wybrane wyniki badania prowadzonego w technologii iCode™

opracował prof. Rafał Ohme

Badanie do którego zaprosiliśmy uczestników Konwersatorium TQM prof. Bliklego nie jest typową ankietą do jakich przyzwyczaili nas środki masowego przekazu przy analizowaniu wydarzeń politycznych, gospodarczych czy kulturowych. W naszej ankiecie mierzymy bowiem nie tylko co ludzie deklarują, ale czy są tego pewni, czy w to wierzą. Unikalna technologia iCode™ opracowana w firmie NEUROHM jest wystandaryzowaną metodą rozpoznania realnych, a nie wyidealizowanych opinii o świecie i o sobie. Jest to możliwe dzięki behawioralnej analizie *pewności* wydawanych sądów. Pozwala lepiej zrozumieć nastroje panujące w organizacji czy lepiej przewidzieć zachowania zakupowe. Jest używana do bardziej precyzyjnego oszacowania wartości marki, czy ryzyka inwestycji. Oto co odkryliśmy w naszym najnowszym badaniu opinii o Polsce i Polakach, które przeprowadziliśmy w grudniu 2015 na grupie ponad 60 osób.

Co sądzimy o Polakach?

Większość uczestników konwersatorium przyznaje, że jesteśmy narodem odważnym i dumnym, ale czyni to z małą dozą pewności. Za to bez wahania uznaje, że w Polsce mamy dobre jedzenie i alkohol. Nic dziwnego, że lubimy się dobrze bawić! Niestety zdecydowana większość jest też przekonana, że Polacy mają kompleksy. W pozostałych kwestiach goście prof. Bliklego mają zdania podzielone. Niektórzy są pewni tego, że jesteśmy narodem wyjątkowym, ale nie przestrzegamy prawa, nie jesteśmy tolerancyjni, innowacyjni i nie lubimy ciężko pracować. Uwaga, są to opinie zdecydowane, ale statystycznej mniejszości. Pozostali albo zdania nie mają, albo są go niepewni.

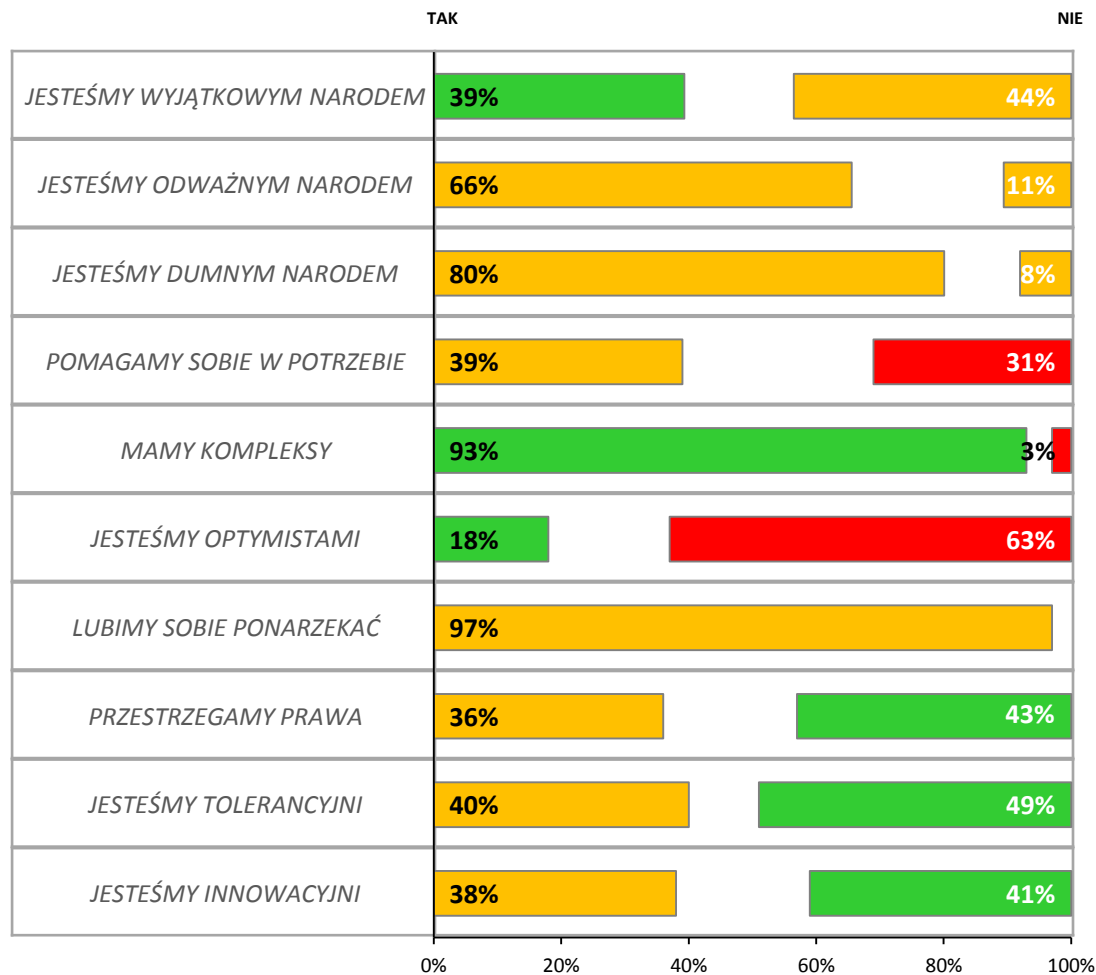
Co sądzimy o sobie?

Oceniając siebie samego większość uczestników szczerze się lubi i wysoko ceni: „jestem osobą silną, atrakcyjną, optymistyczną (a reszta Polaków nie), czuję że się rozwijam, mam dobra intuicję i czas dla rodziny”. Większość uważa, że praca ich rozwija, mimo że jest ciężka, to lubi ją, tak jak i osoby z którymi pracuje. Ci, którzy wzięli udział ankiecie iCode™ zazwyczaj mają dobry nastrój, lubią czytać książki i dbać o siebie - o swoje zdrowie i wygląd. I szczerze kochają swoją ojczyznę. **Jaka szkoda, że nie cała Polska chodzi na seminaria prof. Bliklego – z takimi wynikami bylibyśmy najwspanialszym krajem na świecie!**

więcej wyników badania można znaleźć w Załączniku tego mini-raportu
więcej informacji o iCode™ i możliwych zastosowaniach w marketingu, zarządzaniu i edukacji na www.neurohm.pl

Załącznik

Co myślimy o Polsce Polakach? [1/2]



implicitCASE

iCode™
TIME EMOTIONS!

XII 2015
n=63

RORT
NOISE REDUCTION

EXPLICIT

racjonalna
OPINIA

Procent osób, które
zgodziły się lub
nie zgodziły się
ze stwierdzeniem

TAK	NIE
55	20
85	8
77	13

IMPLICIT

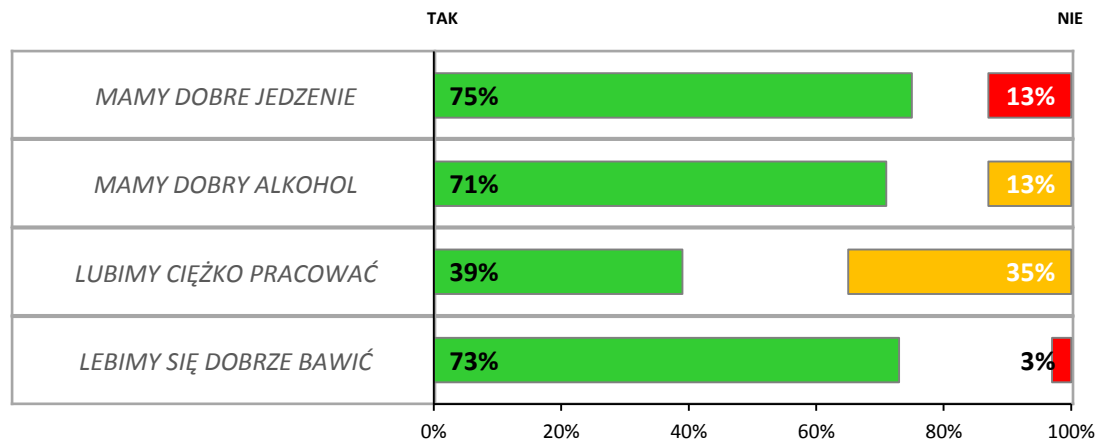
emocjonalna
PEWNOŚĆ

Poziom pewności
deklarowanych postaw.
Im szybszy czas reakcji,
tym bardziej respondenci
są pewni swoich opinii.

WYSOKA
ŚREDNIA
NISKA



Co myślimy o Polsce Polakach? [2/2]



implicitCASE

iCode™
TIME EMOTIONS!

XII 2015
n=63

RORT
NOISE REDUCTION

EXPLICIT

racjonalna
OPINIA

Procent osób, które
zgodziły się lub
nie zgodziły się
ze stwierdzeniem

TAK	NIE
55	20
85	8
77	13

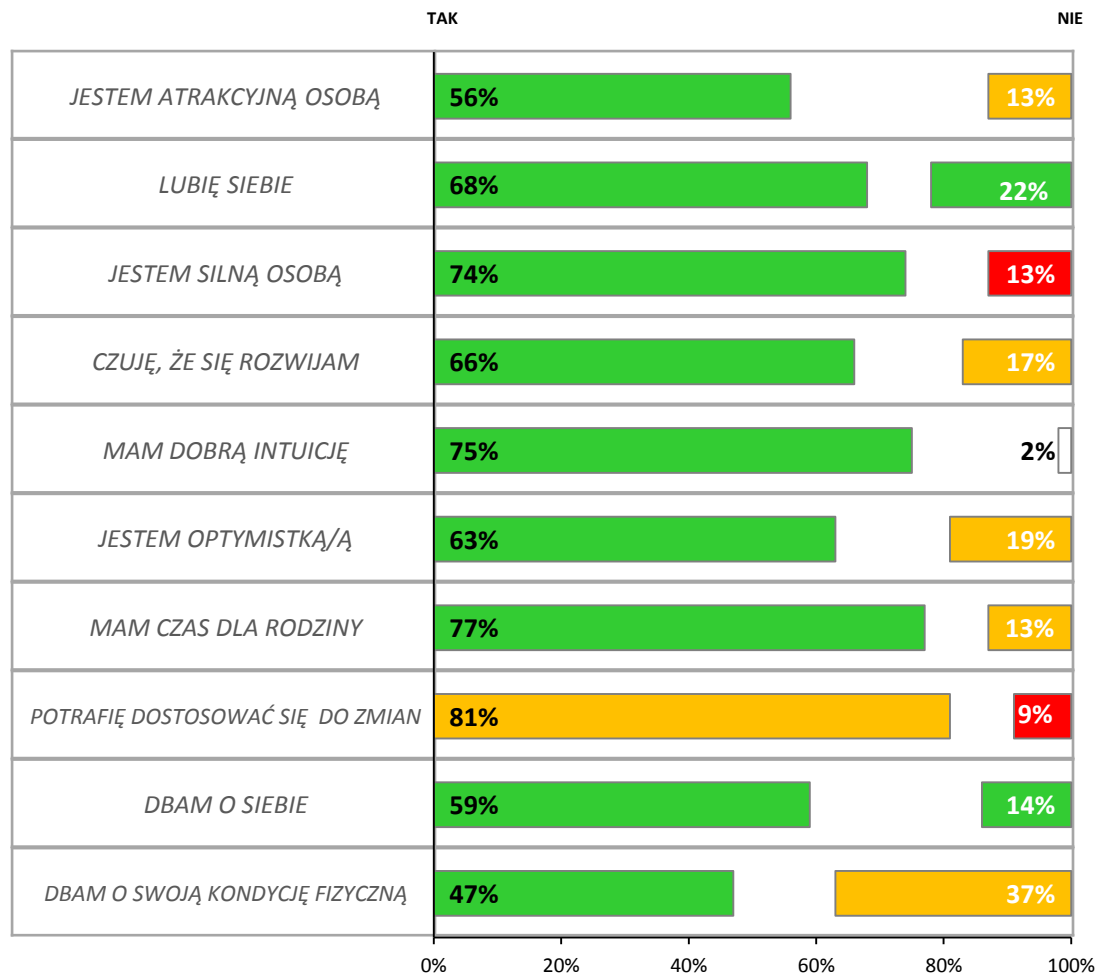
IMPLICIT

emocjonalna
PEWNOŚĆ

Poziom pewności
deklarowanych postaw.
Im szybszy czas reakcji,
tym bardziej respondenci
są pewni swoich opinii.



Co myślimy o sobie? [1/2]



implicitCASE



XII 2015
n=63



EXPLICIT

racjonalna
OPINIA

Procent osób, które
zgodziły się lub
nie zgodziły się
ze stwierdzeniem

TAK	NIE
55	20
85	8
77	13

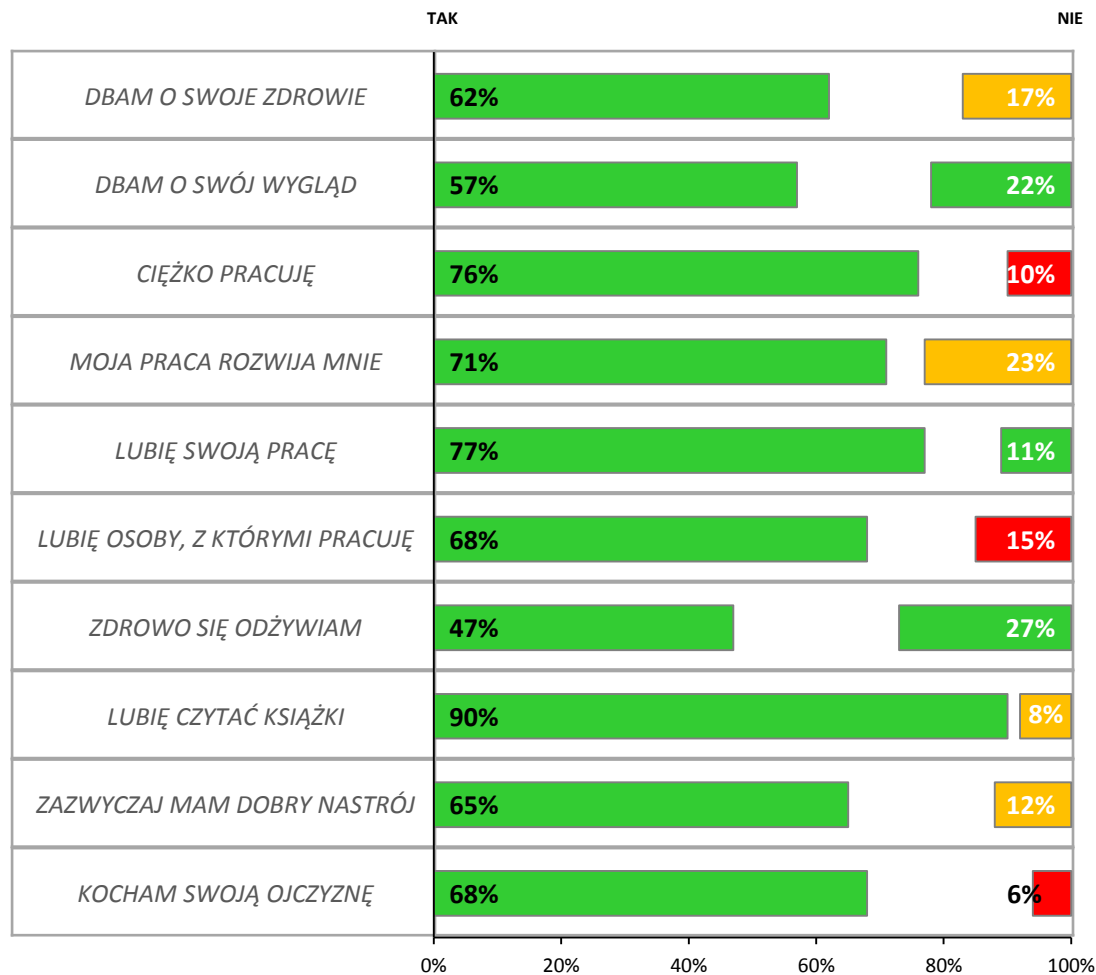
IMPLICIT

emocjonalna
PEWNOŚĆ

Poziom pewności
deklarowanych postaw.
Im szybszy czas reakcji,
tym bardziej respondenci
są pewni swoich opinii.



Co myślimy o sobie? [2/2]



implicitCASE



XII 2015
n=63



EXPLICIT

racjonalna
OPINIA

Procent osób, które
zgodziły się lub
nie zgodziły się
ze stwierdzeniem

TAK	NIE
55	20
85	8
77	13

IMPLICIT

emocjonalna
PEWNOŚĆ

Poziom pewności
deklarowanych postaw.
Im szybszy czas reakcji,
tym bardziej respondenci
są pewni swoich opinii.

