

Freshovost ve výzkumu: malý detail, který dělá velký rozdíl

15.10.2025 - | Ressionolution

Když se mluví o výzkumu, nejčastěji přijde řeč na reprezentativnost, velikost vzorku nebo metodiku dotazování. Ale existuje ještě jeden, méně viditelný, a přitom zásadní faktor: freshovost (čerstvost) respondentů. Tedy to, jestli nám odpovídají lidé, kteří se s daným tématem nebo výzkumem ještě nesetkali. Proč je to důležité a co se může stát, když tento faktor podceníme?

Vojtěch Růžička, Head of Research Operations

Ve výzkumech se často opíráme o kontrolní skupiny – tedy skupiny lidí, které slouží jako srovnání s těmi, kdo byli vystaveni určitému podnětu. Takový přístup je běžný v mnoha oborech od medicíny po marketing. A i když nemáme možnost provádět výzkum v laboratorních podmínkách, „fresh“ respondenti (tedy ti, kteří se ještě neúčastnili předchozího měření) jsou pro nás nesmírně cenní. Pomáhají nám zpřesnit výsledky, zachytit vývoj v čase a ověřit, že se vnímání značky mění skutečně kvůli působení reklamy a ne proto, že se stejní lidé na stejný výzkum dívají podruhé.

Když „čerstvost“ chybí, mohou čísla klamat

Představme si modelovou situaci: měříme povědomí o značce pracího prášku. Po realizaci kampaně vidíme výrazný nárůst znalosti značky – výborná zpráva! Jenže data nám zároveň ukazují, že si reklamu téměř nikdo nepamatuje a nikdo si ji se značkou nespojuje.

Pokud víme, že jsme v post-testu oslovili čerstvé respondenty, můžeme vyloučit chybu způsobenou tím, že si někdo pamatuje předchozí dotazník nebo otázky. A můžeme začít pátrat dál po pravé příčině nárůstu znalosti značky. Nakonec třeba zjistíme, že za zvýšenou znalostí stojí virální video populárního influencera, který tento prášek použil v experimentu s největší bublinou z pěny na světě.

Jak dlouho „čerstvost“ vydrží?

Lidská paměť není dokonalá. Po čase si většina lidí dotazník ani konkrétní otázky nepamatuje. Abychom ale předešli zkreslení, doporučujeme (společně s ostatními agenturami sdruženými v organizaci SIMAR) zachovávat minimálně šestiměsíční rozestup mezi měřeními na stejném vzorku respondentů, pokud to velikost panelu umožňuje.

Freshovost sice není vidět na první pohled, ale je to základní ingredience kvalitního výzkumu. Bez ní by i ta nejlepší metodika mohla ztratit přesnost.

<https://www.ressolution.cz/novinky/freshovost-ve-vyzkumu-maly-detail-ktery-dela-velky-rozdil>