



Le tipologie di intervista

Gli strumenti concreti più frequentemente utilizzati per lo svolgimento delle interviste sono, in linea di massima, due:

- l'intervista personale
- l'intervista telefonica

Entrambe presentano vantaggi e svantaggi. Naturalmente, non è possibile esprimere un generico giudizio di preferenza dell'una o dell'altra metodologia: **la scelta** andrà effettuata di volta in volta, **in base a una lunga serie di fattori**, tra cui soprattutto l'oggetto e l'argomento dell'indagine, il target a cui ci si rivolge, il contesto operativo, il budget e i tempi disponibili, ecc.

Nell'intervista personale intervistatore e intervistato **si incontrano di persona**; ciò può avvenire al domicilio dell'intervistato, in strada o in altri luoghi pubblici oppure privati, eventualmente ambienti attrezzati in modo specifico per l'intervista.

I principali vantaggi di questo metodo di intervista sono riconducibili ai seguenti punti:

- la presenza dell'intervistatore stimola la collaborazione e crea in maggior misura un **rapporto umano**;
- l'intervistatore può **valutare direttamente** alcuni aspetti;
- si può **mostrare materiale** (disegni, fotografie) e si possono far provare prodotti e servizi;
- la presenza dell'intervistatore consente la **spiegazione** di eventuali incomprensioni;
- è possibile sottoporre **questionari lunghi** (se le condizioni in cui si effettua l'intervista lo consentono), anche se oltre i 35-40 minuti l'attenzione dell'intervistato scade comunque.

I più importanti punti di debolezza sono invece:

- la presenza dell'intervistatore può generare una **influenza** sul tipo di risposta, anche attraverso il look;
- il ruolo dell'intervistatore assume molta importanza: ciò significa che ogni difetto di comportamento viene amplificato;
- se gli intervistati sono territorialmente dispersi, **il costo è molto elevato**, i tempi di svolgimento della ricerca sono piuttosto lunghi e **l'impostazione delle interviste è piuttosto complessa**.

Per quanto riguarda **l'intervista telefonica**, i principali vantaggi di questa tecnica sono:

- **il costo di svolgimento abbastanza contenuto** (nella maggior parte delle situazioni, il costo è più basso dell'intervista personale e più alto di quella postale);
- la velocità di esecuzione, che consente un'ottima **tempestività dei risultati**;



- **la gestione delle interviste è più semplice**, rispetto al caso dell'intervista personale;
- **il controllo dell'operato degli intervistatori è più agevole.**

A fronte di questi elementi favorevoli, esistono diversi svantaggi, tra cui:

- non si è completamente sicuri dell'identità di chi risponde;
- non è possibile mostrare materiale all'intervistato;
- risulta più difficile affrontare argomenti delicati e analizzare le questioni in profondità;
- l'intervista telefonica deve essere piuttosto breve, in quanto solitamente il tempo di disponibilità e di attenzione dell'intervistato è limitato;
- occorre evitare lunghe serie di alternative di risposte possibili, altrimenti si otterrebbe una artificiosa concentrazione nelle ultime modalità elencate.

Un dato comune alle diverse tecniche di intervista è rappresentato dalla costante crescita dei rifiuti da parte degli intervistati, solo in parte contenuta da alcune strategie degli istituti.

Una delle principali cause di questo fenomeno risiede nell'eccessiva lunghezza di molti questionari (cercando di conoscere tanto, alla fine si rischia di conoscere nulla), oppure nell'associazione negativa con le vendite telefoniche o personali: si è diffusa la convinzione che chiunque telefoni o suoni al campanello, cerchi in qualche modo di vendere.

Inoltre, i moderni stili di vita vedono un valore del tempo sensibilmente lievitato.