

РАБОТА С ДАННЫМИ пособие

[DATA PLAYBOOK]

Выдержка



Выверенный подход [A Measured Approach]

Для организаций, которые руководствуются социально значимой целью, данные (data) означают намного больше, чем просто цифры и графики. Они помогают понять, «что еще можно сделать» для изменения жизни людей и укрепления сообществ. В этом Пособии по работе с данными (The Data Playbook) говорится о том, как построить процессы, чтобы данные активно содействовали выполнению миссию.

Рилла Капловиц (Rella Kaplowitz) Специалист по программам, оценке и обучению Семейный фонд Чальза и Линн Шустерман (The Charles and Lynn Schusterman Family Foundation)

Поиск сути

Чтобы проанализировать данные, сравните разные методы и выберите подход, отвечающий вашим потребностям.

НАЧИНАЕМ!

Шаг 1: Важные моменты аналитической работы

Шаг 2: Поиск закономерностей – Факты

Шаг 3: Поиск закономерностей – Статистические данные

Шаг 4: Поиск паттернов – Тренды

Шаг 5: Бенчмаркинг и Большие данные

Шаг 1: Важные моменты аналитической работы

После завершения сбора данных начинается важный этап работы, включающий анализ полученной информации, формулировку выводов и поиск ответов на наводящие вопросы, которые вы для себя обозначили.

Для каждого из ключевых наводящих вопросов могут потребоваться разные виды анализа. В этом Пособии вы познакомитесь с несколькими методами анализа данных, однако имейте в виду, что мир данных очень велик, и приведенные примеры могут не рассказать о тех вида анализа, которые необходимы именно вам. Для более глубокого изучения вопросов, связанных с выбором правильной аналитической тактики, воспользуйтесь полезным ресурсом.

Анализ данных должен укреплять ваши позиции. В сущности, даже самые небольшие массивы данных могут поспособствовать принятию лучших решений. Однако в процессе их толкования очень легко допустить ошибку и принять неверное решение.



Например, давайте представим, что мы выполняем пять летних программ, предлагающих развивающие услуги учащимся средних и старших классов. Каждая программа рассчитана на 50 участников. При этом большинство клиентов (вовлеченных во все программы) сообщили о том, что участие в программе существенно изменило их представления о значении услуг. Единственным исключением оказалась Программа 5. Сравнив эти сведения, вы можете решить, что Программа 5 неэффективна, и что в следующем году подобную инициативу выполнять не стоит.

Основываясь на этом примере, вы можете предположить, что полученные результаты являются следствием реализации слабо проработанной программы, хотя на самом деле Программа 5 не повлияла на мнения лишь по той причине, что группа участников *уже имела* ясное представление о значении услуг. Вместо отказа от Программы 5, вам, возможно, следует улучшить стратегию рекрутинга, чтобы привлечь участников, которые чувствуют себя менее уверенно.

Еще один момент, который необходимо учитывать в процессе анализа, это **необъективность подтверждения** (confirmation bias), отражающая склонность к толкованию сведений через призму существующих взглядов или теорий, препятствующих восприятию новых данных в их номинальном значении - без каких-либо предубеждений. Каждый раз, вступая на путь аналитики, позволяйте себе мыслить открыто и при этом осознавать, что данные могут как подтвердить, так и опровергнуть ваши гипотезы, и что услышать «то, что хочешь» можно не всегда.

«Чем глубже и понятнее данные некоммерческих организаций, тем выше качество решений, принимаемых в некоммерческом секторе. Соответственно, более доступные и адекватные данные укрепляют доверие к НКО-сектору. Сочетание более значительной степени доверия и качества имеют решающее значение для пропаганды и развития благотворительной практики».

ДЖЕЙКОБ ГАРОЛЬД (JACOB HAROLD)

Президент и руководитель информационно-аналитического агентства Guidestar (США)

ПРОВЕДИТЕ ЧИСТКУ ДАННЫХ

Лучший способ создать условия для принятия взвешенных решений с помощью данных — начинать работу, имея на руках качественные сведения. Потому что неточные или неполные данные могут исказить результаты и привести к ошибочным решениям. Приступая к анализу, убедитесь в том, что работаете с подборкой точных и полных данных, из которых удалены дублирующие записи (например, когда человек случайно заполнил анкету опроса три раза!). Здесь вы найдете отличный инструктаж о том, как провести чистку данных.

нужна помощь?

Вашей организации нужна доступная аналитическая поддержка или помощь в поиске специалиста, готового поработать на условиях pro bono? Обратитесь в эти организации:

Data Kind

Taproot Foundation

Volunteer Match

Шаг 2: Поиск закономерностей – Факты

Первичные данные нередко имеют отношение к продуктам/результатам краткосрочного характера (outputs), которые зафиксированы в Логической модели (Logic Model). Анализ такой информации может помочь в оценке и решении управленческих проблем, или показать, каким образом выполняется ваша программа. Например, эти сведения, могут отражать количество людей, которые зарегистрировались для участия в программе, и число тех, кто ее завершил.

Чтобы ответить на стратегический наводящий вопрос и получить углубленное представление о социальном эффекте программы (impact), вам потребуется преобразовать первичные данные, сочетая базовые возможности математической и описательной статистики, и распознать закономерности – паттерны (patterns), которые вы ожидаете увидеть, а также те, которые могут оказаться неожиданными.

Полезным инструментом статистического анализа является рамка «факты - статистические данные - тренды»:

- Факты: расчеты или суммы или числа
- Статистические данные: основы описательной статистки (среднее арифметическое значение ряда чисел, медиана, мода, распределение)
- **Тренды** (тенденции): изучение данных в течение продолжительного периода времени (например, процентное изменение, процентное различие)
 - в тех же группах в разные моменты времени
 - в разных группах в одно и то же время или в разные моменты времени

Факты представляют собой агрегированные данные общего характера. Результаты обработки первичных данных отражают информацию, которую «желательно знать», и помогают «освоиться» с массивом данных.

- 50 участников
- Привлечено 10 000 долларов
- 100 «кликов/открытий» электронного письма

Чтобы получить более четкое представление о контексте, можно также отобразить первичные данные в виде **коэффициентов** (чаще всего это процент или доля). Для этого потребуется произвести некоторые разделения:

- 50 из 100 зарегистрированных участников = Коэффициент участия 50%
- \$10 000 долларов в сравнении с \$5 000 в прошлом году = Удвоение объема привлеченных средств
- 100 «кликов/открытий» электронного письма, отправленного в 1 000 адресов = Коэффициент открытия сообщений - 10%

Если для собранных данных вы изначально обозначили целевые или сравнительные показатели, то сопоставьте их с полученными результатами:

- 50 участников, 50% от целевого значения показателя (100 участников)
- Привлечено 10 000 долларов, 100% от целевого значения (\$10 000)
- 100 «кликов/открытий» электронного письма, 25% от целевого значения (400 кликов)

АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Когда наступает момент анализа данных, Microsoft Excel становится самым лучшим ресурсом. Все упомянутые в данном разделе виды анализа можно выполнить с помощью базового пакета Excel и бесплатного аналитического расширения <u>ToolPak</u>.

Помимо этого, существует много бесплатных учебников, которые помогут вам приобрести или улучшить навыки работы с Excel:

Excel – это просто Excel – это равлечение Энн К. Эмери (Ann K. Emery) Анализ визуальных данных

Другие инструменты:

<u>Tableau Public</u> <u>Lumira</u> <u>Power BI</u>

НОРМАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

Многие данные, которые собирают некоммерческие организации, являются номинальными (качественными), либо ординальными (количественными). В процессе анализа данных такого типа часто рассматривается нормальное распределение. Перед проведением какого-либо статистического анализа очень важно проверить распределение на нормальность. Приступая к работе, изучите соответствующую информацию.

Шаг 3: Поиск закономерностей – Статистические данные

Чтобы ответить на стратегические вопросы и получить углубленное представление о социальном эффекте программы, вам потребуется преобразовать первичные данные, сочетая базовые возможности математической и описательной статистики, и распознать закономерности — паттерны, которые вы ожидаете увидеть, а также те, которые могут оказаться неожиданными.

❖ Статистические данные преобразуют ваши сведения в обобщения переменных высокого уровня, которые обычно отражаются в таблице или в простой диаграмме. Эти обобщения помогают лучше визуализировать любые закономерности (паттерны), которые могут присутствовать среди ваших данных. В нашем случае мы рассмотрим собранные данные, которые используются для измерения изменений, касающихся восприятия услуги.

В частности, мы обсудим два типа статистических данных: параметры центральной тенденции и распределения.

• Параметры центральной тенденции

Используя меры центральной тенденции, вы можете изучить среднее значение ваших данных, медиану (которая делит набор данных на две половины) и моду (значение, которое встречается чаще всего). Это первый шаг, который заключается в создании таблицы, отражающей все данные. Затем используются формулы расчета средних значений, медианы и моды. В этом вам поможет Microsoft Excel.

Пример				
Насколько данная программа изменила ваше мнение о значении услуги?				
Без изменений	Незначительно	В некоторой степени	Значительно	
1	2	2	1	

Закономерность: Можно сказать, что ваша программа повлияла на отношение к услуге вполне успешно. Люди, которые участвовали в программе, в целом отметили, что программа (по меньшей мере) «в некоторой степени» изменила их мнение о ценности услуги.

	Ответ
Среднее значение	3.75
Медиана	4.00
Мода	4.00

Среднее значение немного ниже медианного. Исходя из того, что медиана и мода одинаковы, можно предположить, что было всего несколько низких оценок (отклоняющихся значений), которые снизили среднее арифметическое. Самый простой способ изыскать отклоняющиеся значения — воспользоваться диаграммой разброса данных, о которой

более подробного говорится далее. То, что среди ваших данных встречаются отклоняющиеся значения, еще не означает, что вы должны от чего-то отказаться – это просто повод, чтобы задать больше вопросов. Каковы причины низких баллов? Есть ли среди них оценки людей, у которых мнение о программе осталось без изменений? Почему они так считают?

Узнайте больше о Центральной тенденции.

❖ Распределение. Изучая распределение, необходимо понять, каким образом ваши единицы данных согласуются со всем набором данных в целом. Проще всего это сделать с помощью диаграммы визуализации. Наглядное отображение распределения единиц данных иногда бывает полезным, а в некоторых случаях - чрезмерным. Если вы создадите пару диаграмм и не сможете понять, в чем их смысл, попытайтесь объединить данные в группы, и затем, повторите попытку визуализации.

РАМКА «ФАКТЫ-СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ-ТРЕНДЫ»

Полезным инструментом статистического анализа является рамка «факты - статистические данные - тренды»:

- Факты: расчеты или суммы или числа
- Статистические данные: основы описательной статистки (среднее арифметическое ряда чисел, медиана, мода, распределение)
- Тренды: изучение данных в течение продолжительного периода времени (например, процентное изменение, процентное различие)
 - в тех же группах в разные моменты времени
 - в разных группах в одно и то же время или в разные моменты времени

ПОДСКАЗКИ ДЛЯ РАБОТЫ С ДАННЫМИ

Когда идет работа с большими массивами данных, то самым простым способом отображения паттернов (закономерностей) нередко являются диаграммы. Не уверены в правильном выборе диаграммы? Для целей описательной статистики, как правило, используются гистограммы, столбчатые диаграммы, круговые диаграммы и диаграммы разброса данных. Чтобы выбрать для своих данных наиболее подходящую, изучите информацию, посвященную визуализации.

Пример Насколько данная программа изменила ваше мнение о значении услуги? Без Незначительно В некоторой Значительно изменений степени 1 2 3 4



Далее приведен пример диаграммы разброса данных. Она показывает, что многие участники выбрали варианты «3» и «4»: и еще несколько низких оценок относятся к варианту «1». Но чтобы понять значение данных, вам придется посчитать эти точки отдельно.

Распределив данные по группам, вы сразу увидите, что большинство людей считают, что программа изменила их мнение об услугах в «некоторой» или в «значительной» степени.

	Количество ответов	Насколько данная программа изменила ваше мнение о значении услуги?
4 – В значительной мере	20	26
3	26	
2	4	2 4
1 – Без изменений	2	Без Незначительно В некоторой В значительной изменений степени мере

Вполне возможно, что будет также полезно, если вы обобщите все единицы данных и представите их в таблице, группируя по вопросам и ответам.

❖ Сочетание параметров центра и распределения. Еще одним способом изучения мер центральной тенденции и распределения является построение блочной диаграммы (которую также называют «ящиком с усами»). Этот «ящик» сочетает параметры центра и структуры распределения. Он представляет данные в обобщенном виде с помощью средних арифметических значений ряда чисел, медианты и моды (являющейся центром распределения), а также показывает, каким образом каждая единица данных связана со всем массивом в целом. Для этого применяются квартили, представляющие собой меры положения данных в распределении.

Ниже приведен пример блочной диаграммы (или диаграммы размаха), созданной для озвученного выше вопроса, который был задан в ходе опроса после завершения программы. Можно увидеть, что нижний квартиль (отсекающий от совокупности 25% значений) начинается между вариантами «2» («Незначительно») и «3» («В некоторой степени»). Это означает, что остальная часть респондентов – 75% людей – сообщили о том, что программа оказала влияние на их мнения, которые отражают отношение к услуге.

Данный тип диаграммы является стандартным для Excel 2016 и доступен в качестве бесплатного расширения, входящего в другие пакеты Excel.



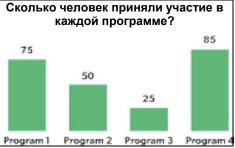
Шаг 4: Поиск закономерностей – Тренды

Чтобы ответить на стратегические вопросы и получить углубленное представление о социальном эффекте программы, вам потребуется преобразовать первичные данные, сочетая базовые возможности математической и описательной статистики, и распознать закономерности — паттерны, которые вы ожидаете увидеть, а также те, которые могут оказаться неожиданными.

❖ Тренды комбинируют факты и статистические данные, чтобы распознать более многогранные закономерности. Вы можете изучать различия внутри группы (например, изменение уровня знаний до начала и после завершения интервенции) или между группами (например, уровень удовлетворенности участников двух разных программ).

• Тренды с использованием фактов: Сформируйте подборку фактов, таких, например, как количество участников программ, и отразите эти цифры в общей таблице или в виде диаграммы

Название программы	Количество участников	•
Программа 1	75	
Программа 2	50	
Программа 3	25	
Программа 4	85	P



Закономерность: В Программе 3 наименьшее число участников.

- **❖ Тренды с использованием статистических данных:** Сформируйте подборку статистических данных таких, например, как средние значения или меры распределения, и отразите их вместе в общей таблице или в виде диаграммы.
 - Тренды с использованием средних значений: Рассчитайте средний уровень удовлетворенности участников для каждой сессии программы, где «1» означает «очень недоволен», а «5» «очень доволен». Чтобы сравнить эти данные, отразите средние значения в таблице, и по желанию в виде гистограммы.

Название сессии	Средний показатель удовлетворенности (от 1 до 5)	Нас	колько вы прогр	удовлетво аммой?	2007-0000
Сессия 1	4.5	4.5		4.5	5.0
Сессия 2	1.5				
Сессия 3	4.5		1.5		
Сессия 4	5.0				
		Program 1	Program 2	Program 3	Program -

• Тренды с использованием распределения статистик: С помощью таких трендов вы можете выяснить, каким образом из года в год меняются такие параметры, как удовлетворенность программой. Для каждого года программы рассчитайте процент людей, которые сочли что программа «превзошла», «соответствовала» или «не соответствовала» их ожиданиям. Составьте таблицу, отражающую эти проценты, а также стопочную диаграмму, чтобы сделать различия более наглядными.

Варианты ответов	Год 1	Год 2	В какой мере программа соответствовала вашим ожиданиям?		
Превзошла ожидания	40%	55%	Не соответствовала	Соответствовала	Превзошла ожидания
Соответствовала ожиданиям	45%	32%	Год 1	45%	40%
Не соответствовала ожиданиям	15%	13%	Год 2	32%	55%

Закономерность: Подавляющее большинство респондентов считают, что программа, по меньшей мере, соответствовала их ожиданиям, а степень удовлетворенности во втором году программы была выше, чем в первом.

❖ Различия между группами. Общим методом определения трендов (тенденций) является изучение различий между группами. Например: «Действительно ли старшеклассники частных средних школ более склонны делать годовой перерыв между окончанием школы и поступлением в вуз, чем учащиеся государственных учреждений среднего образования?»

• Изменения в группе в течение продолжительного периода времени

Для изучения изменений, происходящих в группе на протяжении определенного периода времени, можно вновь проанализировать данные центральной тенденции и распределение.

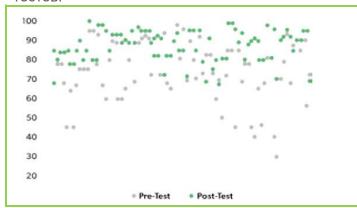
Центральная тенденция: Сравните средние оценки, зафиксированные по итогам входного и выходного тестирования.

Ответы	Тест 1	Тест 2
Среднее арифметическое значение	85	92
Медиана	80	82
Мода	82	82

Способствовала ли программа повышению уровня осведомленности об «услугах свободного года перед вузом» (gap year service), и является ли такое изменение измеримым? Давайте представим, что вы провели входные и выходные тесты, чтобы понять,

насколько участники программы знакомы с услугами по организации полезного времяпровождения в период между школой и вузом, и на какую информацию они опираются в своих решениях. Приведенная далее диаграмма показывает, что средняя оценка второго года превосходит результаты тестирования первого года. Это означает, что после участия в программе уровень знаний повысился.

Распределение: Вы также можете изучать оценки входного и выходного тестирования (preand post-test scores), используя статистики распределения. Далее можно увидеть все оценки, которые в диаграмме разброса данных подразделяются на баллы входных и выходных тестов.



Извлечь что-либо конкретное из этой диаграммы довольно сложно, но, тем не менее, можно заметить, что в ее нижней части находится больше серых точек (это оценки входного тестирования/pre-test scores), а в верхней – больше зеленых точек (оценки выходного тестирования/post-test scores). Это означает, что выходные оценки были выше входных баллов.

Этот результат становится более очевидным, когда распределение отображается в виде таблицы. Приведенная ниже таблица показывает, что в ходе выходного тестирования большая часть участников поставила 80 баллов или более.

Баллы	Тест 1	Тест 2
90-100	20%	36%
80-89	28%	42%
70-79	46%	20%
60-69	4%	2%
Ниже 60	2%	0%

Закономерность: Балы, полученные в ходе выходного тестирования, выше оценок, выставленных в рамках входного теста.

Обобщать распределение можно и дальше, в зависимости от целей программы. Например, если цель заключалась в том, чтобы уровень осведомленности поднялся выше 80 баллов, то можно воспользоваться следующей схемой:

	Тест 1	Тест 2	Изменение
80-100	48%	78%	Î
Ниже 80	52%	22%	Û

Расширенный вариант: Вы можете проделать с этими данными более сложную статистическую работу, если произведете расчеты, которые покажут, являются ли различия в оценках тестирования статистически значимыми или нет. Положительный ответ будет означать, что изучаемое изменение – не игра случая, и что изменение баллов, можно расценивать (по меньшей мере, отчасти) как признак класса. О том, как можно провести такой «Парный двухвыборочный t-тест» с помощью Excel, можно узнать в специальном пособии.

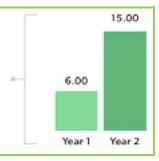
• Изменения между группами в течение продолжительного периода времени
Изучить изменения, которые происходили между группами в течение определенного периода
времени, проще всего с помощью простых арифметических действий (например, можно
посчитать количество участников программы).

	Программа	Участие в наших летних снижается	
Год 1	500	500	
Год 2	400	400	
Год 3	275	27	150
Год 4	150	Год 1	Год 4

Закономерность: Количество участников программы снижается.

Вы также можете использовать центральную тенденцию и распределение для изучения изменений, происходящих между группами с течением времени. Например, можно исследовать изменение уровня знаний между многими разными группами, не ограничиваясь одной группой, как это было в ранее рассмотренном примере.

Баллы входного и выходного тестирования увеличились как в первый, так и во второй год. Тем не менее, в течение Года 2 оценки возросли более значительно. Среднее значение Года 1 поднялось на 6 пунктов, а средний балл Года 2 возрос на 15 пунктов.



Закономерность: По сравнению с Годом 1, Год 2 показал более значительное увеличение оценок входного и выходного тестирования.

• Взаимосвязь между переменными

В некоторых случаях можно распознать связи между переменными (например, люди в возрасте от 20 до 25 лет обычно более довольны программой, чем участники старше 25 лет).

Как можно изучить связи такого типа?

- Составьте список демографических и других характеристик, которые, по вашему мнению, могут представлять интерес для анализа
- Сделайте перерасчет фактов и статистических данных для разных групп (например, мужчины и женщины), чтобы выяснить, о чем могут рассказать эти сведения. Их можно отразить в таблицах и диаграммах.

Давайте рассмотрим пример баллов, полученных в ходе тестов (переменная 1), с учетом гендерных характеристик (переменная 2). Так же как и в других случаях, получить какую-либо конкретную информацию с помощью диаграммы разброса данных будет довольно трудно, но, тем не менее, можно заметить, что женщины дали более высокие оценки, чем мужчины.

	Мужчины	Женщины	100
Среднее арифметическое	85	92	60
Медиана	80	82	20
Мода	82	82	0 • Men • Women

Расширенный анализ: Вы можете провести статистический тест, с помощью которого можно измерить прочность связей (или <u>корреляцию</u>/взаимозависимость) между оценками тестов и гендерными характеристиками.

• Расширенная аналитика

Если у вас имеются большие массивы данных и организационные возможности для комплексного анализа, вы можете начать с регрессионного анализа и прогнозирования, которые помогают адаптировать программы к потребностям целевой аудитории. Например, можно выявить оптимальное сочетание компетенций, которое максимально увеличит шансы учащихся колледжей на получение работы в НКО-секторе. Для этого следует ознакомиться с пособием, которое расскажет о том, как проводить регрессионный и множественный регрессионный анализ с помощью Excel. Но при этом имейте в виду, что Excel имеет ряд недочетов, касающихся именно комплексного анализа. Это связано с тем, что изначально данная программа не была рассчитана на поддержку подобных работ. Для более сложных видов анализа разработаны специальные расширения.

Шаг 5: Бенчмаркинг и большие данные

Бенчмаркинг (benchmarking) – это практика сопоставления эталонных показателей похожих программ или организаций с целью формирования представления о том, в чем ваша деятельность является безупречной, и какие ее аспекты могут нуждаться в улучшении.

❖ Использование эталонных показателей для «извлечения смысла». С помощью эталонных показателей (benchmarks) вы сможете понять, как выглядит ваша организация в сравнении с другими учреждениями, выполняющими похожую работу. Например, американское коммуникационное агентство М+R опубликовало ежегодный доклад, повествующий о том, как обстоят дела некоммерческих организаций в сфере онлайн-фандрайзинга, законотворчества и организации правозащитных кампаний. Вы можете воспользоваться этой информацией, чтобы взглянуть на свои показатели коммуникаций, и оценить состояние своей работы в сравнении с практикой ваших коллег.

Если эталонные данные не представлены во внешних источниках, сопоставительный анализ (бенчмаркинг) можно проводить в пределах своей организации посредством постановки целей, определения контрольных показателей и их анализа в течение продолжительного периода времени.

❖ Использование Больших данных для поиска смысла, заложенного в ваших Малых данных. Многие из нас работают с массивами данных небольшого или среднего объема. Но «хорошие новости» заключаются в том, что мы можем использовать потенциал Больших данных (Big Data) для толкования данных, которые у нас имеются - независимо от размеров массива.

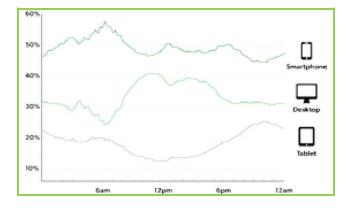
Давайте для примера возьмем общий стратегический вопрос: Насколько эффективно я взаимодействую со своими аудиториями по электронной почте?

Ваша цель заключается в том, чтобы выяснить, каким образом можно адаптировать действующую коммуникационную стратегию к потребностям ваших целевых аудиторий.

Вы собираете определенные данные и находите некоторые закономерности высокого уровня:

- Показатели «кликов и открытий» электронных сообщений постоянно снижаются на протяжении последних 6 месяцев
- Отправка большей части электронных сообщений происходит примерно в 9:00 утра по Восточному времени (ET)
- Большинство ваших читателей читают электронную почту на смартфонах (об этом вы узнали из недавнего опроса целевых аудиторий)

Если вы ознакомитесь с анализом Больших данных, в котором рассматриваются поведенческие модели, связанные с чтением электронной почты, то заметите, что существует значительный пик чтения на смартфонах около 6 утра. Вполне возможно, вы придете к выводу, что время отправки сообщений стоит пересмотреть.



Безусловно, вы можете протестировать эту новую стратегию и не увидеть никаких изменений в показателях электронных рассылок. В таком случае причиной снижения процента «кликов и открытий» может оказаться содержание, оформление или непривлекательная тематика сообщений. Тем не менее, суть работы с существующими Большими данными состоит в использовании их потенциала для поиска смысла, который заключен в ваших малых данных и необходим для принятия взвешенных решений.

Перспективы заключаются в том, что ваши целевые группы по своему поведению очень похожи на широкую аудиторию. А вы можете освоить это преимущество, изучая результаты разных исследований, имеющих отношение к вашим приоритетам. Например, национальное исследование, посвященное поведению подростков в социальных сетях, поможет вам без особых затруднений понять особенности этой аудитории и выйти на малую группу подростков, на которых ориентируются ваши услуги.

Где находятся все эти данные, и как их найти? Существует много публичных информационных массивов, которые становятся доступными благодаря усилиям таких учреждений, как Всемирный банк (The World Bank), Агентство США по международному развитию (USAID – The United States Agency for International Development), а также американского государственного Департамента здравоохранения и гуманитарных служб (The U.S. Department of Health and Human Services). Простой поиск в Гугле по типу необходимых данных (например, «процент старшеклассников, бросающих школу») обычно выдает как минимум одну ссылку на открытый массив данных.

ДАННЫЕ В ДЕЙСТВИИ: АЛЬЯНС LEADING EDGE

Цель работы американского альянса Leading Edge («Современное лидерство») заключается в создании благоприятных условий для рекрутинга талантливых профессионалов и их деятельности в еврейских некоммерческих организациях. Чтобы выявить сильные стороны и возможности еврейского НКО-сектора, касающиеся культуры на рабочем месте и взаимодействия с сотрудниками, Leading Edge в партнерстве с консалтинговым агентством Korn Ferry Hay Group провела <u>актуальный опрос, касающийся привлечения</u> специалистов.

Каждой организации, принявшей участие в опросе, представилась возможность изучить собственные результаты, а также сравнить их с двумя эталонными бенчмарками: показателями некоммерческой и государственной сфер деятельности. В настоящий момент организации используют эти результаты для разработки и реализации планов «культивации» своих сильных сторон и освоения возможностей развития.

ДАННЫЕ В ДЕЙСТВИИ: ISRAEL & CO.

Israel & Co. приглашает в Израиль действующих и будущих лидеров, применяя такие методы, которые не только подходят для распространения и широкого применения программ, но также адаптируют контент к интересам участников. Благодаря такому подходу лидеры формируют индивидуальные представления об уникальных достижениях Израиля.и особенностях его жизненного уклада. Чтобы отследить эффект своей программы, Israel & Co. проводит опросы с использованием сервиса Survey Monkey «до» и «после» каждой ознакомительной/обучающей поездки. Сведения, собранные перед поездками, являются первичными данными, которые помогают распознавать изменения в уровне знаний и восприятии Израиля участниками программы.