

Lista kontrolna kultury organizacyjnej.

58 pytań TAK/NIE w trzech filarach: strategia oparta na danych, kultura pracy z danymi, kompetencje badawcze i analityczne. Operacjonalizacja konceptu „kultura data-driven” — zamiana abstrakcji w obserwowalne i mierzalne wskaźniki.

AUTORKA

Anna Karcz-Czajkowska

ZASTOSOWANIE

Audyt stanu obecnego · plan rozwoju

CZAS

~30 minut

■ Po co Ci ta lista?

Aby firma była naprawdę **data-driven** — nie tylko kolekcjonowała dane, ale robiła z nich użytek dla realnej wartości — musi mieć rozwinięte trzy filary: strategię opierania kluczowych decyzji na danych, kulturę pracy z danymi oraz kompetencje zespołu. Poniższa lista 58 pytań TAK/NIE to operacjonalizacja tych filarów: zamiana abstrakcyjnego hasła w obserwowalne i mierzalne wskaźniki.

JAK KORZYSTAĆ?

- **Audyt stanu bieżącego.** Odpowiedz szczerze na każde pytanie z perspektywy całej organizacji albo Twojego zespołu.
- **Definicja celu.** Wróć do listy z perspektywy „jak chcę, by było” i zaznacz, które obszary chcesz rozwijać.
- **Praca zespołowa.** Najwięcej wartości daje wypełnienie listy w różnych rolach (zarząd, manager, specjalista) i porównanie odpowiedzi — często ujawniają się rozbieżności, które same w sobie są diagnozą.

Wskazówka. Każde pytanie ma odpowiedź TAK lub NIE. Jeśli odpowiedź wymaga doprecyzowania („częściowo”, „w niektórych zespołach”), zaznacz NIE i dopisz komentarz — to ważny sygnał obszaru do pracy.

CHWIŁA NA REFLEKSJĘ

KTÓRY ASPEKT WYDAJE CI SIĘ SZCZEGÓLNIE WAŻNY W KONTEKŚCIE TWOJEJ ORGANIZACJI?

A MOŻE Z NIEKTÓRYMI POZYCJAMI SIĘ NIE ZGADZASZ? JAK CHCESZ, ABY DATA-DRIVEN WYGLĄDAŁO W TWOJEJ FIRMIE?

ORGANIZACJA / DZIAŁ

DATA AUDYTU

FILAR 1 Strategia oparta na danych decyzje, struktura, narzędzia, zasoby

1	Czy sposób podejmowania decyzji przez kadrę zarządzającą jest przejrzysty, a proces powtarzalny i oparty na zrozumiałych zmiennych?	TAK	NIE
2	Czy cele są komunikowane jasno i znane wszystkim członkom organizacji?	TAK	NIE
3	Czy firma regularnie zbiera dane dotyczące jej działalności?	TAK	NIE
4	Czy firma ma wypracowane metody oceny skuteczności podjętych działań?	TAK	NIE
5	Czy ustalane są wskaźniki do monitorowania stopnia realizacji celów?	TAK	NIE
6	Czy wskaźniki te są regularnie i często monitorowane?	TAK	NIE
7	Czy wyniki monitorowania wpływają na zmianę sposobów realizacji celów?	TAK	NIE
8	Czy organizacja dysponuje stałym budżetem na badania i analizy?	TAK	NIE
9	Czy w organizacji istnieją dedykowane zespoły lub osoby odpowiedzialne za analizę danych?	TAK	NIE
10	Czy decyzje biznesowe są podejmowane na podstawie analizy danych?	TAK	NIE
11	Czy pracownicy mają łatwy dostęp do danych potrzebnych do wykonania swoich zadań?	TAK	NIE
12	Czy organizacja inwestuje w narzędzia i technologie do analizy danych?	TAK	NIE
13	Czy w organizacji istnieje wyraźna strategia i procedury wykorzystania danych w podejmowaniu decyzji?	TAK	NIE
14	Czy firma regularnie przeprowadza badania rynkowe?	TAK	NIE
15	Czy pracownicy są zachęceni do inicjowania badań w celu poprawy efektywności procesów biznesowych?	TAK	NIE
16	Czy firma wykorzystuje badania do identyfikacji nowych możliwości rynkowych?	TAK	NIE
17	Czy istnieje proces gromadzenia i analizy feedbacku od klientów?	TAK	NIE
18	Czy decyzje dotyczące produktów i marketingu są podejmowane na podstawie analizy danych?	TAK	NIE
19	Czy w Twoim dziale regularnie analizuje się dane w celu podejmowania kluczowych decyzji?	TAK	NIE
20	Czy istnieje systematyczny proces weryfikacji faktów i aktualizacji danych wykorzystywanych w strategicznych procesach i działaniach?	TAK	NIE

FILAR 2 Kultura pracy z danymi, uczenia się i przepływu wiedzy wartości, normy, komunikacja

- | | | | |
|----|---|-----|-----|
| 21 | Czy pracownicy mają swobodę w kwestionowaniu istniejących założeń na podstawie danych? | TAK | NIE |
| 22 | Czy zachęca się pracowników do zadawania pytań i krytycznego myślenia? | TAK | NIE |
| 23 | Czy w Twoim zespole panuje przekonanie o ważności pracy opartej na danych? | TAK | NIE |
| 24 | Czy w firmie istnieją zdefiniowane wartości i nawyki związane z wykorzystaniem danych? | TAK | NIE |
| 25 | Czy Twoja organizacja promuje dzielenie się wiedzą i informacjami? | TAK | NIE |
| 26 | Czy zachęca się do analizy i podsumowywania zamkniętych projektów? | TAK | NIE |
| 27 | Czy w firmie mają miejsce stałe spotkania poświęcone dzieleniu się wnioskami z danych? | TAK | NIE |
| 28 | Czy wyniki badań są regularnie prezentowane i omawiane w zespole? | TAK | NIE |
| 29 | Czy reakcja na błędy skłania do uczenia się i wyciągania wniosków? | TAK | NIE |
| 30 | Czy pracownicy mają swobodę w zadawaniu pytań i prowadzeniu dyskusji opartych na danych? | TAK | NIE |
| 31 | Czy dostęp do danych jest demokratyczny i otwarty dla wszystkich pracowników? | TAK | NIE |
| 32 | Czy istnieje kultura eksperymentowania i innowacji opartych na danych? | TAK | NIE |
| 33 | Czy pracownicy czują się zachęceni do proponowania zmian na podstawie analizy danych? | TAK | NIE |
| 34 | Czy w organizacji istnieje kultura otwartości na nowe pomysły i sugestie pracowników? | TAK | NIE |
| 35 | Czy w organizacji istnieją regularne spotkania mające na celu wymianę wiedzy między pracownikami? | TAK | NIE |

FILAR 2 Kultura pracy z danymi (cd.)

- | | | | |
|----|---|-----|-----|
| 36 | Czy pracownicy mają dostęp do centralnej bazy wiedzy lub systemu zarządzania dokumentami? | TAK | NIE |
| 37 | Czy firma zachęca do dzielenia się wiedzą z innymi działami? | TAK | NIE |
| 38 | Czy są prowadzone interdyscyplinarne projekty zespołowe? | TAK | NIE |
| 39 | Czy istnieją kanały komunikacji służące do dzielenia się sukcesami i lekcjami wyciągniętymi z projektów? | TAK | NIE |
| 40 | Czy pracownicy mają swobodę w testowaniu nowych rozwiązań bez obawy o niepowodzenie? | TAK | NIE |
| 41 | Czy firma faktycznie wprowadza innowacje, bazując na wynikach tych eksperymentów? | TAK | NIE |
| 42 | Czy istnieją mechanizmy nagradzające innowacyjne pomysły pracowników? | TAK | NIE |
| 43 | Czy firma analizuje błędy popełnione w trakcie eksperymentów i się na nich uczy? | TAK | NIE |
| 44 | Czy powołując się na jakąś informację lub statystykę w firmowych publikacjach, wewnętrznych dokumentach i/lub opracowaniach strategicznych, członkowie organizacji podają jej źródło? | TAK | NIE |
| 45 | Czy są prowadzone repozytoria uzyskanych wyników badań, analiz, danych, insightów, wniosków? | TAK | NIE |
| 46 | Czy wszyscy członkowie w organizacji mają swobodny dostęp do takiego archiwum/bazy danych? | TAK | NIE |
| 47 | Czy jeśli dostęp jest ograniczony do wybranych członków organizacji (management, jeden dział itd.), to pozostałym łatwo jest uzyskać takie informacje (np. na wniosek do przełożonego)? | TAK | NIE |
| 48 | Czy w organizacji zachodzi nieformalny przepływ informacji o wynikach, wnioskach, insightach lub efektach przeprowadzonych eksperymentów? | TAK | NIE |
| 49 | Czy członkowie organizacji chętnie zasięgają opinii innych specjalistów z firmy i dzielą się między sobą doświadczeniami? | TAK | NIE |

FILAR 3 Kompetencje badawcze i analityczne umiejętności, rozwój, szkolenia

- | | | | |
|----|---|-----|-----|
| 50 | Czy w firmie istnieją kompetencje do gromadzenia i analizowania danych? | TAK | NIE |
| 51 | Czy członkowie organizacji potrafią stawiać trafne pytania biznesowe wymagające zebrania danych? | TAK | NIE |
| 52 | Czy pracownicy są szkoleni w zakresie podstawowych kompetencji badawczych? | TAK | NIE |
| 53 | Czy w Twoim dziale regularnie analizuje się i wykorzystuje dane z różnych źródeł? | TAK | NIE |
| 54 | Czy kadra zarządzająca, liderzy zespołów i samodzielni specjaliści potrafią wyprowadzić wnioski i rekomendacje z wyników badań dostarczonych przez agencję badawczą? | TAK | NIE |
| 55 | Czy pracownicy są szkoleni w zakresie interpretacji i wykorzystania danych? | TAK | NIE |
| 56 | Czy pracownicy mają możliwość uczestniczenia w projektach, w których mogą zdobywać nowe umiejętności poprzez praktyczne działanie na konkretnych przypadkach biznesowych? | TAK | NIE |
| 57 | Czy pracownicy mają dostęp do zasobów edukacyjnych (np. kursy online, webinary)? | TAK | NIE |
| 58 | Czy firma wspiera pracowników w zdobywaniu nowych umiejętności? | TAK | NIE |

UWAGA

Pomiędzy poszczególnymi filarami nie ma sztywnej granicy. Możesz zauważyć, że pytanie z jednego filaru mocno wiąże się z innym — to zamierzone. Kultura, strategia i kompetencje to system naczyń połączonych.

■ Twój wynik

Zlicz odpowiedzi „TAK” w każdym filarze osobno. Wyniki nie służą do porównań z innymi organizacjami — to mapa Twoich silnych stron i obszarów do rozwoju.

FILAR 1 • STRATEGIA

_____ / 20

Decyzje, struktura, narzędzia, zasoby. Czy organizacja systemowo opiera kluczowe decyzje na danych?

FILAR 2 • KULTURA

_____ / 29

Wartości, normy, komunikacja, uczenie się. Czy dane są częścią codziennego myślenia, czy raczej ozdobą prezentacji?

FILAR 3 • KOMPETENCJE

_____ / 9

Umiejętności badawcze i analityczne. Czy ludzie potrafią zadawać dobre pytania, czytać dane i wyciągać wnioski?

■ Trzy najważniejsze obszary do pracy

Wybierz 3 pytania, na które odpowiedziałeś NIE, a które wydają Ci się **najważniejsze** z perspektywy strategii Twojej organizacji. Nie próbuj zmieniać wszystkiego naraz.

PRIORYTET 1 — CO ZMIENIAM? PO CO? JAKI BĘDZIE PIERWSZY KROK?

PRIORYTET 2

PRIORYTET 3

PAMIĘTAJ

Każda organizacja musi wypracować własną wersję kultury data-driven. Nie ma „idealnego” wzorca — jest tylko Twoja firma, Twój kontekst, Twoje cele i zasoby. Ta lista to mapa, nie wyrok.

• NIE WRÓŻYMY Z FUSÓW! · O KSIĄŻCE I O JCD

TO BYŁ FRAGMENT

Cała książka czeka na jcd.pl/ksiazka.

Wypełniony właśnie materiał to wycinek z ponad 400-stronicowej książki

Anny Karcz-Czajkowskiej — o tym, jak małe i średnie firmy mogą podejmować decyzje w oparciu o dane, zamiast wróżyć z fusów.



KSIĄŻKA

Nie wróżymy z fusów!

Data driven business czyli badania w biznesie i marketingu — Anna Karcz-Czajkowska, ONEPress

jcd.pl/ksiazka

JCD · JCD.PL

• Badania rynku · Strategia · Produkty cyfrowe · AI

Od insightu do działającego produktu — razem.

Łączymy rzetelne badania, strategię opartą na danych, projektowanie i programowanie produktów cyfrowych (web i mobile) oraz wdrożenia AI i automatyzacji. Pracujemy z zespołami, które chcą podejmować świadome decyzje — i szybciej wdrażać je w życie.

Badania rynku

IDI, fokusy, ankiety CAWI/CATI, desk research, persony, segmentacja, tajemniczy klient

Produkty cyfrowe

UI/UX i programowanie aplikacji web i mobile — od MVP do skalowania

Strategia

Warsztaty, matryca pytań i hipotez, audyt kultury data-driven, roadmapy

AI i automatyzacja

Wdrożenia AI w procesach biznesowych i produktach — od PoC do produkcji

Chcesz porozmawiać o tym, co Twoja organizacja może zrobić z danymi?
biuro@jcd.pl · jcd.pl

[Umów konsultację >](#)