MY FAMILY GAMES / КІЛЬКІСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ США

Аналіз результатів опитування

Статус семи гіпотез і висновки з публічних відгуків

Для Адріана Буковинського · 14 листопада 2026 року

Кількісний статус усіх семи Job Stories поки невідомий. У папці проєкту є анкета з десятьма питаннями. Сирих відповідей або зведення опитування не знайдено. На сайті My Family Games є п’ять унікальних відгуків про використання ігор. Їх можна використати, щоб уточнити ICP і підготувати рекламні тести. [1, 2]

На сайті «Основи сім’ї» згадано близько **1 100 учасників навчального модуля** для педагогів. Це показник проходження курсу. Для оцінки гіпотез про сімейні ігри потрібні відповіді про самі ігри та сімейні ситуації. [3]

1. Статус кожної гіпотези

Job Story [4]	Що видно у п’яти відгуках [2]	Яких даних бракує
1. Обговорити вчинок із дошкільням	**2 відгуки.** У Listen. Think. Tell дитина розглядала ілюстрацію й розповідала, що бачить.	Як часто потреба виникає у батьків дітей 3–5 років і що вони роблять до покупки.
2. Почути про шкільний день	Розмову одразу після школи не описано.	Як часто дорослі отримують коротку відповідь і які запитання вже пробували.
3. Почати заняття без екранів	Заміни відео спільною грою перед сном не описано.	У скількох сім’ях трапляється така ситуація і чим вони замінюють відео.
4. Залучити дитину до сімейної розмови	**2 відгуки.** У Let’s Talk? дитина обирала картку. Конкретної розмови за вечерею немає.	Чи саме участь у сімейній розмові спонукала шукати рішення.
5. Вибрати подарунок для спільної гри	У текстах немає епізодів покупки на подарунок.	Скільки дарувальників шукали спільне заняття і що врешті придбали.
6. Підтримати дитину після складного дня	**2 відгуки** згадують почуття дитини. Конкретної сварки або складного дня не описано.	Частота таких випадків і дії дорослого в останньому епізоді.
7. Відчути близькість у буденній рутині	**1 відгук** згадує близькість, **ще 1** — щоденну гру. В останньому гру не названо.	Що спонукало родину почати грати й чому вона поверталася до гри.

Підраховано унікальні публічні тексти, а повтори на сайті враховано один раз. Один відгук може стосуватися кількох гіпотез. Кількість згадок описує лише цей набір текстів. [2, 4]

Сегменти ICP і рекламні тексти

2. Що можна зіставити

Відгуки показують різні способи залучити дитину. У двох відгуках про Listen. Think. Tell дитина описує ілюстрацію. У двох відгуках про Let's Talk? вона сама обирає картку. Ще один відгук про щоденну гру не називає продукт. За цими п'ятьма текстами неможливо порівняти відповіді батьків дошкільнят, батьків школярів і дарувальників. [2]

3. Що додати в ICP і рекламу

Застосування	На що вказують відгуки	Що використати
ICP для Listen. Think. Tell	Дорослий отримує привід почати розмову, коли дитина сама описує знайому сцену. [2, 4]	Уточнити критерій цінності. Після першої картки дитина розповідає, що бачить, а дорослий може обговорити, що герой зробить далі.
Реклама Listen. Think. Tell	Ілюстрація дає дитині зрозумілий початок розмови. [2]	**"What do you see? Start with one picture."** У кадрі показати справжню картку, запитання дорослого й відповідь дитини.
Реклама Let's Talk?	Дитина сама обирає картку й пояснює вибір. [2]	**"Let your child pick the next question."** Показати момент вибору, а потім відповідь дитини й дорослого.

Що потрібно для кількісного висновку

Частота. Для кожної Job Story зіставити відповіді на питання 2 за ролями й віком дитини з питання 1. Показати кількість тих, у кого ситуація виникла принаймні раз за 30 днів, і загальну кількість числових відповідей у групі.

Дії й мотиви. Порівняти, що дорослі робили в останньому випадку, якого результату хотіли, за що платили й чому відмовлялися від покупки. Відкриті відповіді допоможуть уточнити мову для реклами.