

Guide til den gode spørgeskemaundersøgelse

TeleFaction - April 2019

Et godt spørgeskema sikrer dig valide data



Den gode spørgeskemaundersøgelse

Skal du i gang med at undersøge et bestemt emne eller skal en bestemt målgruppe modtage et spørgeskema om den service, de modtager? Så kan du nok godt bruge lidt tips og tricks.

For at få gode og brugbare svar er det vigtigt med en velovervejet spørgeramme. Det er vigtigt på forhånd at være skarp på undersøgelsens formål, og du bør have et godt kendskab til design af spørgsmål, svarmuligheder mm.



Unless you have 100% satisfied customers you must improve.

HORST SCHULZ

Kom godt fra start

Hvad er formålet med spørgeskemaundersøgelsen?

Hvad ønsker du at få svar på? Præcisér altid undersøgelsens formål – dermed er det lettere at stille de rigtige spørgsmål.

Indled undersøgelsen med en kort introduktion

Præsenter evt. respondenterne for undersøgelsens emne og formål, samt den primært anvendte skala og spørgeskemaets forventede varighed.

Har du medtaget screenings spørgsmål i starten af din spørgeskemaundersøgelse?

Via screenings spørgsmål kan du sikre, at kun de rette respondenter deltager i undersøgelsen.

Undgå tvetydige og uklare formuleringer

Særlige fagspecifikke formuleringer og begreber, der kan føre til misforståelser og "forkerte svar" skal undlades.

Spørgsmålene skal formuleres, så respondenterne kan og vil svare på dem.



Skriv kort og præcist

Lange sætninger er kedelige at læse og respondenterne mister interessen.

Benyt dig ikke af ledende spørgsmål

Fx: "Syntes du ikke også ...", " Ville det ikke være en god ide ..."
eller "Du har vel ikke noget imod ...".

Hvilke spørgsmålstyper skal indgå i undersøgelsen?

Skal du både have åbne og lukkede spørgsmål med?
Respondenternes uddybende kommentarer giver ofte værdifuld viden, men kan også være ressourcekrævende at analysere efterfølgende.

Kobler du respondenternes svar til alle relevante baggrundsvariable?

Medtag gerne demografiske spørgsmål. Det giver dig mulighed for at se sammenhænge og mønstre i respondenternes svar efterfølgende.

Gør dig tanker om skala og svarmuligheder

Skal du anvende en lige eller ulige skala og skal svarmuligheden "Ved ikke" tilføjes?

Svarmuligheder som bør undlades

Undlad svarmuligheder som fx "ofte" og "sjældent". Hvornår sker noget ofte? Det kan der være forskellige holdninger til.



Hvor langt skal dit spørgeskema være?

Jo længere spørgeskemaet er, jo større sandsynlighed er der for, at respondenterne falder fra undervejs.

Sørg for at respondenterne motiveres og inspireres til at besvare spørgeskemaet

Det kan evt. være ved at, alle som deltager i undersøgelsen, er med i lodtrækning om et gavekort eller andet. Tænk også over, hvordan du præsenterer spørgeskemaet - ser det professionelt og indbydende ud?

Hvem og hvor mange respondenter?

Overvej hvem og hvor mange, der skal besvare spørgeskemaet. Den stikprøve, du ender med at udtage, skal være repræsentativ for hele populationen.

Hvordan vil du indsamle dine svar?

Skal respondenterne modtage et link via e-mail, skal de kontaktes af telefon-interviewere eller er en helt tredje metode mere fordelagtig? Husk, at der er fordele og ulemper ved alle dataindsamlingsmetoder.






Vigtigt

Test spørgeskemaet inden udsendelse

Send spørgeskemaet til en test-gruppe inden du udsender det til hele din målgruppe. Få test-gruppen til at give dig en tilbagemelding, når de har gennemført spørgeskemaet.

Forstår de spørgsmålene, svarmulighederne og den anvendte skala? En test kan give dig værdifulde input til eventuelle forbedringer.



Vil du vide mere

Er du interesseret i at vide, hvordan du gennemfører spørgeskemaundersøgelser, optimerer kundeoplevelsen og leverer optimal kundeservice?

Kontakt TeleFaction:

Skriv til os på info@telefaction.com eller giv os et ring på 33 30 88 30.