

## Ställ aldrig ledande frågor

Med ledande frågor för du bara fram dina egna tankar. Det påverkar ditt förväntade resultat negativt.

”Du ser helst film på bio, eller hur”

.. kan vara ”Föredrar du helst att se på film på TV/video?”

.. eller ”berätta vad du helst föredrar att titta på, film, TV/video”

## Koppla frågorna till ditt syfte

Vad är det du vill få svar på för att uppnå undersökningens syftet? Vilken information krävs för att du ska fatta rätt beslut, ditt förväntade resultat.

## Vad vill du veta?

Var klar över syftet med din undersökning - vad vill du veta? Det dunkelt tänkta blir oklart formulerat. Luddiga frågor ger luddiga eller fel svar. Svar som du inte kan använda.

## Tiden

Tiden påverkar hur mycket arbetstid du kan lägga ned på din marknadsundersökning [mu]. Ju större insats, ju mer tid, desto dyrare undersökning.

## Less is always moore

Fråga enkelt och begripligt. Undvik mångtydiga frågor som lätt kan tolkas eller missförstås.

## Rätt ordning, tack!

Skapa och följ en röd tråd genom din undersökning. Frågornas ordningsföljd har stor betydelse för undersökningens resultat. Börja med allmänna frågor som ringar in problemet. Rikta därefter in frågorna mot det specifika intresseområdet.

## Tänk på antalet

Antalet frågor får inte var för många. Du tröttnar lätt ut intervjupersonen och får ej korrekta svar när du använder dig av alltför många frågor. En person som blir intervjuad eller som ska svara på en enkät blir till slut mentalt trött.

## Testa först

Testa frågorna i en miniundersökning på ca 10-20 individer. För att kvalitets-säkra frågornas svar gör man först en miniundersökning hos vänner/bekanta.

De svar du får in analyseras utifrån,

- Var frågan rätt i förhållande till undersökningens syfte?
- Var frågan rätt formulerad?
- Var antalet frågor lagom.
- Saknades frågor?
- Har du fått fram de svar du letade efter?

## Rensa

Våga rensa bort alla onödiga frågor som gav svar du inte kan använda dig av. Du ska även omformulera och förtydliga de frågor som behöver det. Välj varje formulering med omsorg.

## Begrepp

Är våra mätinstrument pålitliga. I kvalitativa undersökningar används både teknisk utrustning och människor som instrument. Båda måste fullgöra sina uppgifter.

Det finns två väldigt viktiga begrepp som används vid undersökningar,

- Validitet
- Realitet

### Validitet

När din undersökning verkligen mäter det du vill mäta.

### Realitet

noggrannheten i mätningen = pålitlighet/rimlighet.

**"Att säga det med statistik er att  
säga, att du aldrig er säker"**

- Erich Segal, 1937-2010, amerikansk författare till bl a Love Story