

Frågor är ett av dina viktigaste verktyg när du arbetar marknadsundersökningar. När du formulerar en genomtänkt fråga kan du styra respondentens svar till ett för dig viktigt område. Frågor kan vara av öppen eller slutna natur.

Öppen

En öppen fråga är en fråga som inte har givna svarsalternativ. Den är oftast av berättande karaktär. Öppna frågor ger oftast mer information än slutna eftersom respondenten ger längre svar. Öppna frågor kräver mer efterbearbetning än slutna.

Slutna

En slutna fråga är en fråga som har två eller flera svarsalternativ, till exempel ja och nej. Slutna frågor är lättare att besvara och går mycket snabbare. Slutna frågor är mycket enklare att efterbearbeta än öppna frågor.

Slutna fråga: Är du nöjd med din affärsplan?

Öppen fråga: Berätta om din affärsplan?

Slutna fråga: Blev du upprörd?

Öppen fråga: Hur reagerade du?

Slutna fråga: Tror du vi blir ledsna när du kommer för sent?

Öppen fråga: Berätta om våra känslor i gruppen när du kommer för sent.

Slutna frågor

Vår första fråga är en slutna fråga, d v s en fråga som t ex kan besvaras med ett ja eller nej. Denna frågestruktur leder oftast till kort och koncis information. Tänk på att för många slutna frågor kan få respondenten att känna sig utfrågad.

En slutna fråga börjar oftast med ett verb,

- ▶ Är det ..
- ▶ Finns det ..
- ▶ Kan du ..

eller ett adverb

- ▶ När ska ..
- ▶ Var finns ..

Slutna frågor är exakta och används för att få fram snabb och konkret information som klargör önskad fakta, problem, process eller annat.

Öppna frågor

Fråga nummer två är en öppen fråga, d v s en berättande fråga som oftast är mer uttömmande. Denna frågestruktur leder oftast till omfattande information.

En öppen fråga börjar oftast med ett frågeord och kan inledas med,

- Hur skulle ..
- Vad har ..

eller en inbjudan

- Berätta om ..
- Beskriv vilka ..

Öppna frågor genererar inga givna svar utan levererar ett oändligt antal möjliga svarsalternativ. Öppna frågor inbjuder till både tal- och tankeutrymme och stimulerar respondenten att berätta och förklara.

Det finns sju sätt att formulera en öppen fråga,

- Vad ..
- Varför ..
- Hur ..
- När ..
- Var ..
- Vilka ..
- Vem ..

Här finns ytterligare lite förslag på öppna frågor,

- Vad skulle hända om ..
- Vilka styrkor och svagheter har ..
- Vilka skillnader finns mellan ..
- Hur skulle .. kunna användas för att ..
- Varför är .. viktigt ..
- Vilka motargument finns för ..
- Vad är bäst .. och varför ..
- Vilken lösning finns till problemet med ..
- Vad orsakar ..
- Varför blir det så ..

Orka vänta på svar!

Ett vanligt misstag är att du adderar en slutna fråga för att "hjälpa" respondenten svara. Det är direkt förödande för informationsflödet.

Försäljning

Inom försäljningen ädla värld används en kombination av slutna- och öppna frågor. De ger säljaren total information om kundens problematik. Den används för att generera en hållbar lösning på kundens problem.