

## 7 stappen naar een succesvolle enquête

### 1. Bepaal het doel van het onderzoek

Voordat u aan het maken van een enquête begint moet u bedenken wat u te weten wil komen en waarom. De resultaten van een enquête kunnen u helpen bij het maken van belangrijke beslissingen, bijvoorbeeld over het wel of niet doorvoeren van veranderingen.

### 2. Wie wilt u bereiken?

Als u gegevens wilt verzamelen via een enquête dan zult u goed moeten bedenken voor wie de enquête bedoeld is. Daarbij moet u nooit het doel van uw enquête uit het oog verliezen. U moet precies definiëren wat uw doelgroep is: welke personen behoren wel, en welke personen behoren niet tot de doelgroep.

### 3. Hoe gaat u de doelgroep bereiken?

Welke benaderingsmethode gaat u gebruiken om de doelgroep te bereiken? De benaderingsmethode hangt af van uw doelgroep. U kunt bijvoorbeeld kiezen voor een benadering via internet, via de post, via de telefoon of via direct contact. Wanneer de leeftijd van uw doelgroep 70+ is dan is een webenquête misschien niet de verstandigste benaderingsmethode.

### 4. Opstellen van de enquête

Mensen gebruiken vaak verschillende woorden voor dezelfde zaken. Uw doel is om vragen op te stellen die door de respondenten maar op één manier geïnterpreteerd kunnen worden. Een goede vraag is kort en direct.

Het is erg belangrijk dat een enquête niet te lang wordt. Tevens moet deze in duidelijk Nederlands taalgebruik opgesteld worden zodat de bedoeling van de vragen duidelijk is en deze makkelijk te beantwoorden zijn. Het opzetten van een goede enquête vergt vaak vele testversies.

Probeer bij het opstellen van uw enquête rekening te houden met de onderstaande punten:

#### 1. Ken uw doelgroep

Veel enquêtes zijn zo opgesteld dat lengte, inhoud of woordgebruik niet aansluiten bij het publiek dat de enquête invult. Een vuistregel voor alle communicatie is: publiek + doel = ontwerp. Bepaal dus eerst zo goed mogelijk het publiek en het doel van uw enquête. De vragen stelt u op door rekening te houden met zowel het publiek als het doel van de enquête.

#### 2. Schrijf een korte enquête

Houdt rekening met de tijd van uw respondenten. Iedereen heeft het druk of denkt het druk te hebben. Korte enquêtes behoeven weinig tijd voor invullen en dat maakt de drempel tot invullen minder hoog. Uw enquête zou zo kort mogelijk moeten zijn maar verlies daarbij het doel van de enquête niet uit het oog. Maak onderscheid in de mate van belangrijkheid van de vragen en verwijder vragen die niets aan het doel van de enquête toevoegen. Stel alleen vragen die u alleen bij de respondent te weten kan komen.

### 3. Let op uw taalgebruik

De mensen die uw enquête gaan invullen hebben wellicht verschillende achtergronden, dus gebruik eenvoudige taal. Maar houdt wel rekening met de intelligentie van uw respondenten, behandel hen niet als een klein kind of een dom persoon. Zorg voor duidelijke vragen. Te veel woorden in een zin of een te ingewikkelde zin kan voor verwarring zorgen bij de respondent. Vermijd dubbele ontkenningen, twee ontkennende woorden in één zin (zoals niet of geen) kunnen ook voor verwarring bij de respondent zorgen. Ook een negatieve vraagstelling kan veel onduidelijkheid opleveren, houdt ook daar dus rekening mee.

### 4. Zorg voor een éénduidige interpretatie

De vragen dienen zo gesteld te worden dat men ze maar op één wijze kan interpreteren. Ga er vanuit dat niet iedereen hetzelfde begrip van feiten en/of dezelfde basiskennis heeft. Vermijd dus ook technisch taalgebruik zoals jargon en het gebruik van afkortingen, tenzij vaststaat dat het algemeen bekend is bij de doelgroep.

### 5. Begin met de belangrijkste vragen

Begin de enquête niet met vragen over demografische gegevens. Het doel van een enquête is essentiële informatie te verkrijgen en dus kan er beter begonnen worden met de belangrijke vragen. Onderzoek naar enquêtes heeft namelijk uitgewezen dat respondenten een lange enquête vaker afmaken en eerlijker antwoorden wanneer in het begin de meest belangrijke vragen worden gesteld. Wanneer in het begin veel niet relevante vragen worden gesteld is de respondent sneller afgeleid en stopt vaker met het invullen van de enquête.

U kunt dus beter de vragen over demografische gegevens en/of andere minder interessante zaken aan het einde stellen. En mocht het niet anders kunnen, zorg er dan voor dat u alleen de noodzakelijke informatie vraagt.

### 6. Begin met interessante vragen

Begin de enquête met vragen die de respondent interessant vindt zodat de aandacht van de respondent getrokken wordt. Bewaar vragen die moeilijk lijken of gevoelig liggen voor later. Vragen die gesteld worden in de 3<sup>e</sup> persoon zijn minder direct en kunnen daardoor minder bedreigend overkomen dan vragen in de 2<sup>e</sup> persoon enkelvoud. Niet alle vragen kunnen echter in de 3<sup>e</sup> persoon gesteld worden omdat dan zowel de betekenis als het doel van de vraag kan veranderen.

### 7. Gebruik geen suggestieve vragen

Een suggestieve vraag is een vraag die op zo'n manier is geformuleerd dat als het ware wordt aangenomen dat een bepaald antwoord wel van toepassing zal zijn. Op die manier legt u de respondenten antwoorden in de mond, ze zullen zelf minder over de antwoorden nadenken en antwoorden geven die misschien helemaal niet op hen van toepassing zijn. Ook kan de vraagstelling de suggestie wekken dat het geven van een bepaald antwoord goed of juist raar is. De kans is groot dat een respondent daardoor beïnvloed wordt en niet een eerlijk antwoord geeft.

### 8. Vermijd ingewikkelde retrospectieve vragen

Men kan zich de gebeurtenissen van afgelopen maand beter herinneren dan die van twee jaar geleden. Het geheugen van mensen wordt dan onbetrouwbaarder en de uitkomst van de enquête dus ook.

Ook moet u rekening houden met uw doelgroep. Naarmate mensen ouder worden nemen de cognitieve vaardigheden af waardoor de beantwoording van retrospectieve vragen onbetrouwbaar wordt.

### **9. Gebruik gesloten vragen in plaats van open vragen**

Open vragen zijn vragen die niet voorzien zijn van een aantal antwoord alternatieven. De respondent moet zelf een antwoord formuleren. Zo'n vraag kan gebruikt worden wanneer het aantal potentiële alternatieven te groot is om als keuzemogelijkheden te geven in een antwoord. Bij gebruik van teveel open vragen wordt meestal de concentratie van de respondenten minder en daarmee ook de kwaliteit van de antwoorden.

De meeste enquêtes bestaan echter uit vragen met een vast aantal antwoordmogelijkheden waaruit de respondenten een antwoord kunnen kiezen. Door het gebruik van dit soort vragen weet de respondent duidelijk het doel van een vraag en kan er een antwoord gekozen worden wat het best op hen van toepassing is. Bovendien zal een respondent de vragenlijst eerder invullen omdat het minder tijd kost dan wanneer er eerst zelf nog een antwoord bedacht moet worden.

### **10. Antwoordmogelijkheden**

Bij gesloten vragen dienen de antwoordalternatieven heel precies geformuleerd te worden; de antwoordsmogelijkheden mogen elkaar niet overlappen; ze moeten bij elkaar aansluiten zodat er voor de respondent maar één alternatief aan de orde is.

Bij het gebruik van een waarderingschaal is het belangrijk dat er evenveel mogelijkheden links als rechts van het midden staan. Tevens moeten de extremen even ver van neutraal af staan.

Ook moet u er rekening mee houden dat u niet te veel antwoordmogelijkheden geeft. Het wordt voor de respondent moeilijker alle antwoorden in overweging te nemen. Het overzicht is weg, het kost de respondent meer tijd, die zal makkelijker zomaar een antwoord geven waardoor de betrouwbaarheid van de enquête aanzienlijk vermindert.

### **11. Zet uw vragen in een logische volgorde**

Bij de stappen 5 en 6 wordt reeds vermeld met welke vragen u het best kunt beginnen. Begin met een aantrekkelijke vraag die het enthousiasme van de respondent oproept. Wanneer u uw vragenlijst begint met een te moeilijke of te specifieke vraag dan kan dat het invulgedrag van uw respondent negatief beïnvloeden.

Zorg er verder voor dat u de deelonderwerpen in uw vragenlijst bij elkaar houdt. Dan blijft het een overzichtelijk geheel.

### **12. Een naam geven aan uw enquête**

Om te zorgen dat de respondenten uw enquête invullen moet de respondent zich al door de titel aangesproken voelen. Sommige mensen weigeren een e-mail vanwege het onderwerp of de zender. U zou dan een titel kunnen overwegen die de aandacht trekt. Die titel mag alleen nooit misleidende informatie bevatten. Bovendien is het van belang dat de titel wel het doel aangeeft van de enquête. Hieronder volgt een aantal voorbeelden die zouden kunnen werken:

- Uw mening over het bedrijf
- Evaluatie over de cursus
- Geef uw mening en win een reis naar Parijs
- Maak kans op een computer door u mening te geven

### 13. Inleidende opmerking

Wanneer een respondent de enquête heeft geopend is het wellicht nodig een stimulans in te bouwen om de enquête geheel in te vullen. Een inleidende opmerking biedt de mogelijkheid voor deze stimulans. Een goede inleidende opmerking is kort en bevat:

1. Naam van de onderzoeksinstituting (plus eventuele opdrachtgever)
2. Het doel van het onderzoek
3. Het belang van het onderzoek
4. Wat gedaan wordt met de resultaten
5. Informatie over vertrouwelijkheid/ anonimiteit
6. Een contactpersoon voor vragen over de enquête
7. Uiterste datum voor het beantwoorden van de enquête

## 5. Test de enquête

Het is beter om een probleem in de enquête op te lossen voordat de respondenten de enquête in handen krijgen. U kunt de enquête daarom als test eerst aan een klein aantal mensen sturen voordat u de enquête aan uw doelgroep stuurt. U kunt de enquête aan de hand van de testresultaten evalueren en ook kunt u vragen of er problemen waren bij het beantwoorden van de enquête. Ga na wat de enquête voor hen betekende en of dat overeenkomt met het doel van de enquête. Zo vermijdt u onduidelijkheden bij de respondenten en zal de uitkomst uiteindelijk betrouwbaarder zijn.

## 6. Het versturen van de uitnodigingen

Wanneer u de enquête heeft laten testen en zonodig verbeterd kunt u de enquête laten invullen. De benaderingsmethodes (stap 3) zijn reeds besproken en daar kunt u nu gebruik van maken. De respondent kan een enquête het best op donderdag of vrijdag ontvangen zodat er in het weekend de tijd voor genomen kan worden om de enquête in te vullen. U kunt beter niet in vakanties of vlak voor feestdagen met een enquête aankomen want dan is de kans groter dat u weinig respons krijgt.

## 7. Resultaten

Het is van belang dat u een datum aangeeft wanneer u de ingevulde enquêtes weer terug wilt zien. U zou uw respondenten op de hoogte kunnen stellen van de resultaten mochten zij daar prijs op stellen.

### Gerelateerde documenten & informatie:

- *Controlelijst enquête*  
Met deze controlelijst kunt u snel een aantal belangrijke aspecten van uw vragenlijst en enquête onderzoek controleren. Dit document kunt u op onze website vinden.
- *Voorbeeld vragenlijsten*  
U kunt de voorbeeld vragenlijsten ter inspiratie gebruiken voor uw eigen vragenlijsten. Deze vragenlijsten kunt u zowel op de website als in de installatie van enquête 2 vinden.

ISIZ Software  
Website: <http://www.isiz.nl>

© 2002 Copyright ISIZ Software, Amsterdam

#### Disclaimer:

Let op! De "voorbeeld vragenlijsten", "controlelijst enquête" en "7 stappen naar een succesvolle enquête" zijn aanwijzingen om u op weg te helpen. ISIZ aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid voor eventuele fouten in de documenten of fouten die voortvloeien uit het gebruik ervan.