



Maak je eigen enquête, deel 1

Handleiding van Helpmij.nl

Auteur: leofact

juli 2020

“ Dé grootste en gratis computerhelpdesk van Nederland ”



Enquêtes, vrijwel dagelijks komen ze wel langs. Je kunt geen bestelling meer doen bij je favoriete webshop of dienstverlener of er wordt wel gevraagd om een beoordeling te geven. Gelukkig zijn dat vaak maar een paar vragen en als je weer wat wilt kopen zijn die beoordelingen toch ook wel weer wel erg handig. Al moet je daar wel je verstand bij blijven gebruiken (zie de link, onderaan dit artikel, over reviews).

Deze maand houdt ook ons eigen magazine een enquête onder de lezers. We zijn als redactie zeer benieuwd naar de mening van onze lezers. Als je de enquête al hebt ingevuld kun je rustig doorlezen. Zo niet, dan is het verzoek om eerst de enquête in te vullen. Op die manier krijgen we veel informatie waar we als redactie van kunnen leren en heb je tegelijkertijd ook alvast een indruk hoe de enquête werkt voor je leest over wat er nodig is om er zelf een te maken.

NB: voor de enquête klik: tiny.cc/Helpmij_magazine_enquete



Online handig!

Het maken van een vragenlijst, deze uitdelen of verzenden per post was vroeger veel werk. Het verzamelen van al die antwoorden en het uitrekenen van de uitslagen was zo mogelijk nog meer werk. Tegenwoordig is dat een fluitje van een cent, als je maar de juiste tools gebruikt. In een paar uur tijd heb je een enquête in elkaar gezet en per mail verstuurd. De antwoorden komen op een presenteerblaadje terug en de resultaten worden automatisch

uitgerekend.

Zelf maken

Het opzetten van een vragenlijst en verzamelen van de antwoorden is zó eenvoudig dat het ook goed is in te zetten in je eigen omgeving. Je kunt zo simpel de wensen voor een familiedag peilen of de mening van de leden van je (sport-) club of VvE. Daarnaast kun je er ook een quiz, test of huiswerktoets mee maken. Dit artikel maakt deel uit van een tweedelige reeks. In dit deel wordt kort een kleine selectie van de beschikbare tools besproken en wordt uitgelegd wat er nodig is om een goede enquête op te zetten waarmee je precies de gegevens achterhaald die voor jou van belang zijn. In het tweede deel wordt besproken hoe je dat praktisch uitvoert met de tool waar ik in dit artikel op uitgekomen ben als mijn persoonlijke voorkeur.

Uitzoeken

Na een snelle Google-actie blijkt dat er heel wat tools op de markt zijn om zelf je vragenlijst te maken. Veel tools hebben een gratis optie. Je zult echter snel tegen de grenzen van deze gratis opties aanlopen en dan blijkt dat de betaalde versies al snel enkele tientjes per maand kosten. Dat is voor ons doel niet de bedoeling. We speuren naar een geheel gratis tool.

Een bekende is Survey Monkey. Deze tool wordt vaak bedrijfsmatig ingezet. De gratis versie is beperkt inzetbaar en we zoeken snel verder.



Crowdsignal, vroeger bekend als Poll Daddy lijkt een goede optie. Het is van de makers van Wordpress en integreert heel goed in dit platform. Je komt heel ver met de gratis versie. Alleen kun je de resultaten niet exporteren, daarvoor moet je jezelf (betaald) abonneren. Reden voor mij om nog even door te zoeken en dan kom ik uit bij de kandidaat die ik al kende: Google formulieren. Dit is

een onderdeel van Google Docs. Je hebt er een Google-account voor nodig en daarmee is het dan ook geheel gratis. Deze tool is zeer bruikbaar en, voor als je daarin geïnteresseerd bent, te integreren als iFrame in je website. Met deze tool gaan we aan de slag om onze enquête te maken.

NB: alle linken van de besproken tools vind je onderaan dit artikel.

Vooraf

Wanneer je precies weet wat je wilt, kun je een krachtige, doelgerichte en bruikbare enquête ontwerpen die voor jou precies de gewenste gegevens verzameld en voor de gebruiker (de respondent) prettig is om in te vullen. Dat laatste is belangrijk, want als de gebruiker afhaakt, kom jij niet aan je antwoorden. Het is daarom de moeite waard om daar vooraf bij stil te staan. Onder de informatie-linken onderaan vind je twee linken met veel tips voor een goede enquête. In het kort noem ik hier vier hoofdpunten waar een goede enquête aan zou moeten voldoen.

1. Een duidelijk doel

Waarvoor is de vragenlijst bedoeld? Gaat het om (marketing-)onderzoek, een quiz of toets? Wat wil je dan weten of wat wil je testen? Wat wil je met de uitslagen en hoe kun je dat het beste bereiken?

2. Doelgroep

Wie wil je bereiken? Op wat voor manier bereik je die groep het beste? Wat heeft de ondervraagde nodig om verleid te worden om de vragen te beantwoorden? Welke middelen kun je daarvoor inzetten?

3. Relevante inhoud

Om de enquête duidelijk en uitnodigend te houden, helpt het wanneer de vragen helder en eenduidig zijn geformuleerd, in een logische volgorde worden gesteld en wanneer deze passen in het doel van de enquête. De duidelijkheid wordt verder vergroot als de keuze-antwoorden logisch zijn geformuleerd. Keuzerondjes of radio buttons dienen om een enkele keuze te maken tussen de verschillende opties en met vinkjes wordt de mogelijkheid geboden om meerdere opties te kiezen. Er zijn tools die de multi-select optie ook mogelijk maken voor de keuzerondjes. Het gebruik daarvan geeft echter onduidelijkheid. Daarnaast is het ook van belang dat de antwoordenreeks logisch is. Met antwoorden van de volgende reeks kun je bijvoorbeeld weinig: de auto is a; elektrisch, b; hybride en c; rood. Hier worden appels met peren vergeleken. Ook het vermijden van dubbele vragen maakt de enquête krachtiger. Soms kan het stellen van eenzelfde vraag in een andere vorm echter wel dienen als een controle-vraag om te kijken of de respondent wel consequent antwoord. In de privé situatie zul je dit soort vragen echter niet snel nodig hebben, lijkt me.



a. Vervolg vragen

Het antwoord op een vraag kan een volgende uitlokken of juist overbodig maken. Vraag je bijvoorbeeld naar het bezit van een rijbewijs, dan hoeft je niet meer te vragen hoe vaak iemand rijdt als het antwoord nee is. De meeste tools bieden de mogelijkheid om naar een bepaalde volgende vraag te springen aan de hand van een antwoord. Om dat in goede banen te leiden, kan het handig zijn om eerst een stroomschema op te stellen van de vragen en de mogelijke antwoorden. Op die manier hou je overzicht en wordt het verloop van de vragen zo vloeiend mogelijk.

Dat houdt de respondent bij de les. Het helpt ook als de enquête niet te lang is; maak deze zo lang als nodig en zo kort als mogelijk.

- b. Open vragen kunnen helpen om meer inzicht te krijgen in de mening van de respondent. Deze antwoorden zijn echter moeilijk onderling vergelijkbaar. Dat gaat eenvoudiger met schalen en keuze-opties. Daarnaast kunnen open vragen weerstand oproepen, omdat het meer moeite kost deze in te vullen. Stel daarom alleen open vragen als je dat noodzakelijk vindt.



- c. Validatie gebruiken
Vraag je om tekst-invoer en wil je een bepaald iets weten, zoals een e-mailadres of een telefoonnummer, gebruik dan de tekstvalidatie die veel tools bieden om de juiste gegevens te krijgen. In deel twee lees je hoe dat precies werkt.
- d. Verplicht antwoorden
Je kunt voorkomen dat een respondent een vraag overslaat door antwoorden verplicht te stellen. Dat kan echter ook tegen je werken. Wanneer iemand een verplichte vraag niet kan of wil beantwoorden, kan hij of zij niet verder en mogelijk haakt de respondent daardoor af. Dat is natuurlijk het laatste wat je wilt.
- e. Puntentelling
Bij een quiz of toets is het van belang dat er een consequente puntentelling wordt gebruikt. Veel tools bieden die mogelijkheid. Bij het creëren van een quiz of toets kan het helpen als je een helder puntensysteem van tevoren uitwerkt. De beoordeling achteraf wordt daardoor ook stukken eenvoudiger.

4. Doelgerichte verzending



Op wat voor manier bereik je de beoogde doelgroep het beste? Verstuur je een link per mail, dan kun je deze verkorten en een herkenbare naam geven met een url-verkorter zoals tiny.cc. Dat is duidelijker en geeft tegelijk een meer betrouwbare indruk. Dit opent gelijk de mogelijkheid om een QR-code te genereren die op eventueel drukwerk kan worden geplaatst, bijvoorbeeld in de verenigingskrant of het wijkblad.

Van belang is verder de juiste formulering van de uitnodigingstekst. Met welke tekst verleid je zo goed mogelijk tot invullen van de enquête? Zijn er nog andere zaken die je wilt inzetten om te verleiden tot invullen, zoals het geven van een cadeau of het uitloven van een prijs?

Een laatste punt om over na te denken; laat je de lijst anoniem invullen of op naam en e-mailadres? In het laatste geval weet je wie de respondent is en dat kan een voordeel zijn. Je verplicht daarmee wel tot inloggen en dat kan net een stap te ver zijn voor de respondent, die haakt dan mogelijk af. Daarnaast vinden veel mensen het prettiger om anoniem te blijven en ze zullen daardoor eerder geneigd zijn de enquête in te vullen als dat anoniem kan. Een nadeel daarvan is dat je niet weet wie de vragen beantwoordt en diegene kan dat dan ook vaker dan één keer doen. De keuze hierin hangt dus af van het doel van je enquête, quiz of toets.

Ten slotte

Hoewel het creëren van een enquête echt eenvoudig is, zijn er wel veel zaken om rekening mee te houden. Je krijgt dan wel een enquête die optimaal wordt ingevuld en precies de gegevens ophaalt

die je nodig hebt en dat op een manier waar je echt wat aan hebt. In het volgende magazine behandel ik het daadwerkelijk creëren van de vragenlijst.

Informatie

• onderzoekdoen.nl/enquete-onderzoek/hoe-maak-ik-een-enquete • enquetesmaken.com/producten • www.survio.com/nl/plannen-prijzen • surveymonkey.com/mp/how-to-conduct-surveys • crowdsignal.com	• google.nl/intl/nl/forms/about • tiny.cc/qrcodes • marketingfacts.nl/berichten/25_tips_vo_or_een_perfecte_online • Een Google account maken: google.com/accounts
---	---

Afbeeldingen van Pexels, Pxher en Pixabay