

Help... de mobiele respondent



Bij studietoetsen zijn alle mogelijke mobiele apparaten verboden, en mijn studenten reageren daarop alsof hun levenslijn wordt doorgesneden. En eigenlijk is dat ook wel zo. Want hoe weet je hoe laat het is en hoeveel tijd je nog hebt voor de toets als je niet op je smartphone kunt kijken. Hoe weet je wat je vrienden doen, wat er in de wereld gebeurt, hoe doe je een spelletje en hoe weet je het goede antwoord als je niet 24/7 online bent?

TEKST EDITH DE LEEUW

Onze respondenten zijn online, maar ze zitten allang niet meer aan een bureautje achter de PC. Vragenlijsten worden beantwoord via een toenemend aantal mobiele apparaten en mobiel onderzoek biedt marktonderzoekers veel nieuwe mogelijkheden, zoals 'in the moment' onderzoek, visuele data en mobiliteitsindicatoren. Bovendien, als we serieus vertekeningen in ons onderzoek willen tegengaan en de nieuwe generatie in ons onderzoek willen betrekken, dan moeten we mobiel webonderzoek mogelijk maken.

Online onderzoekers kunnen de mobiele respondent op verschillende manieren helpen. Zo zijn er de struisvogels die niets doen, wat leidt tot een hogere non-respons en meer break-offs onder belangrijke groepen respondenten. Iets beter is het de user-agent strings te registreren en nader

te analyseren. Ook kan een onderzoeker zo mobiele respondenten op het spoor komen en een verzoekje sturen om het onderzoek alsnog via een PC of laptop te voltooien. De vraag is echter of ze dit ook daadwerkelijk doen. Je kunt beter een vragenlijst zó implementeren dat deze goed is in te vullen op een computer, maar ook op de meest voorkomende smartphones en tablets. Gelukkig is er goede software beschikbaar om dit te realiseren *.

Weg ermee!

Met alleen software voor een goed online survey-platform ben je er nog niet. Klakkeloos omzetten van een standaard-vragenlijst werkt niet; de vragenlijstontwerper moet van tevoren besluiten welke vragen en vraagvormen in het mobiel onderzoek gebruikt zullen worden. Dat betekent bijvoorbeeld geen matrix (grid-)vragen. Weg ermee *! Maar er moet meer gebeuren. Overdenk eerst goed wie de respondenten zijn, wat uw opdrachtgever wil weten, en houd het kort. Gebruik een eenvoudige vraagvorm die voor de respondent ook letterlijk hanteerbaar is, dus geen drag & drop of card sorts. Heroverweeg het aantal antwoordcategorieën. Is een zeven- of negen-puntsschaal echt nodig of voldoet een kortere keuzeschaal net zo goed? Gebruik geen horizontale schalen (zoals in een grid), maar verticale schalen voor de antwoordmogelijkheden. Dat vermindert scroll-bewegingen en voortdurend kanten van het toestel. En is het werkelijk nodig om de antwoordmogelijkheden ook in de stam van de vraag op te nemen als ze er

al letterlijk onder staan? Kortom: verlaat de veilige moederschoot van de routine en denk echt na over vraag en vraagvorm. Een mobiel onderzoek moet gewoonweg beter zijn dan een standaardonderzoek.

Simpel

Wat is nu essentieel, wat is een eerste stap in mobiel onderzoek? Een oud ontwerp-principe is KISS (Keep It Simple Stupid): houd het simpel. Gebruik van visuele effecten, alleen maar om de lijst op te leuken, gaat ten koste van ruimte die nodig is voor vraag en antwoord. Concentreer je op de kern van de vraag en reduceer de toetsers en bellen: geen progress bars, afbeeldingen en logo's, alleen als deze functioneel zijn, bijvoorbeeld bij een test van mogelijke verpakkingen. Plaats noodzakelijke disclaimers en helpfuncties op een aparte pagina.

Denk na over de vragen en de doelgroep, en hoe en in welke omstandigheden een respondent de vragen ziet en probeert te antwoorden. En vergeet nooit te testen. Een goede pretest waarbij verschillende typen smartphone en tablet gebruikt worden is absoluut noodzakelijk in online kwaliteitsonderzoek: via PC, tablet of mobiel *.

PROF. DR. EDITH DE LEEUW IS MOA-HOGLERAAR
METHODEN EN STATISTIEK AAN DE UNIVERSITEIT
VAN UTRECHT.

* De sterretjes verwijzen naar links met meer informatie. U vindt het artikel mét links op www.cloutoday.nl.