

Om den kvantitative metode

- § Surveys
- § Spørgeskemaer

SCHARLING

RESEARCH

(Klik for at komme til næste side)

Indhold af denne præsentation

- Kvantitative principper hos Scharling Research
- Om den kvantitative metode
- Fordele.
- Ulemper.
- Forhold der peger på en kvantitativ undersøgelse

Kvantitative principper hos Scharling Research

- At give sig god tid til at udforme et velfungerende spørgeskema.
- at få en høj besvarelsesprocent ved at ringe mange gange for at få kontakt.
- At gennemføre en række statistiske tests, så materialet udnyttes maksimalt.
- At analysere og kommentere resultaterne med vægt på god formidling.
- At konkludere på baggrund af en omfattende erfaring.

Om kvantitativ metode

- Eksempelvis meningsmålinger, surveys, page-traffic eller tilfredshedsundersøgelser.
- "Lukkede" spørgsmål med forudbestemte svarmuligheder.
- Statistiske målinger ved hjælp af kvantificerbare oplysninger.

Fordele ved spørgeskemaer

- Målbare og konkrete resultater
- Går i bredden
- Kan afdække forskelle på grupperinger, herunder køn, alder, uddannelse osv.
- Kan besvares både telefonisk, postalt eller over internettet.

Ulemper ved spørgeskemaer

- Kvaliteten af spørgsmålene er altafgørende.
- Går ikke i dybden.

Forhold der peger på en kvantitativ undersøgelse

- Forskellige kategorier af medlemmer ift. Alder, køn, funktion, uddannelse osv.
- Der ønskes "hårde facts".
- Der skal sammenlignes med andre eller tidligere undersøgelser.
- Ændringer i holdninger skal følges over tid.