

7/7/2011

HANDLEIDING

HANDLEIDING VOOR HET INTERVIEWEN

Inhoudsopgave

1.	Inview Veldwerk BV.....	3
1.1	Inview Locatie BV.....	3
1.2	Werkzaamheden van Inview	3
1.3	Kwaliteit.....	3
1.4	De medewerkers en gegevens van Inview Veldwerk BV.....	4
2	Wat is marktonderzoek?.....	5
2.1	Verklarende woordenlijst	6
2.2	Project	7
2.3	Soorten onderzoek	9
2.4	Richtlijnen.....	9
3	Honorarium.....	10
4	Tot slot	11

1. Inview Veldwerk BV

De naam Inview is een samenvoeging van de naam INgrid Zohlandt en VIEW. Ingrid heeft Inview opgericht in 1996 als een zelfstandig bedrijf. Op freelance basis huurde Ingrid zich in bij marktonderzoeksbureaus om verschillende vormen van onderzoek uit te voeren. In drukke periodes kreeg Ingrid ondersteuning van haar zoon Richard. En zo stonden ze samen al gauw bekend in “onderzoekslaan” als “De Zohlandten”.

In mei 2003 heeft Richard Zohlandt de naam Inview overgenomen. In eerste instantie was de intentie van Richard om het bedrijf te gebruiken als leermiddel hoe het is om een eigen zaak te voeren. Voor Richard was het marktonderzoek niet nieuw. Tijdens zijn studie aan de Hotelschool deed hij dit werk erbij. Nadat hij zijn diploma in juli 2004 in ontvangst had genomen heeft hij een keuze gemaakt tussen het werken in de horeca en het marktonderzoek. Omdat hij nog geen baan had gevonden in de horeca en het werk schaars was is hij met Inview doorgegaan.

Af en toe benaderden klanten Inview met de vraag of zij nog interviewers wisten die mee wilden en konden werken aan onderzoeken. Richard zag dat er veel werk was en te weinig interviewers. Zo is hij begonnen met het aannemen van nieuwe krachten samen met de hulp van Ingrid. In eerste instantie vanuit huis, maar in April 2005 opende Inview haar kantoor in Ede. Het bedrijf groeide enorm, na een vestiging in Ede werd het tijd voor meerdere vestigingen. Waaronder in Amersfoort en Rotterdam.

1.1 Inview Locatie BV

Naast het veldwerk ontstond er ook een BV voor alle locaties, namelijk Inview Locatie BV. Dit is in samenwerking met Bernard Kochen gegaan, die ook zijn expertise hierin meenam. Inview Locatie behelst op dit moment 3 vestigingen (2 in Amersfoort en 1 in Rotterdam). Als er veldwerk op locatie uitgevoerd wordt is de kans groot dat dit in een van de vestigingen van Inview Locatie gedaan wordt. In deze handleiding zullen we niet verder ingaan op deze BV, mocht je hier echter vragen over hebben, schroom niet om ze te stellen.

1.2 Werkzaamheden van Inview

Inview Veldwerk is een veldwerkorganisatie voor het uitvoeren van marktonderzoek. Dit betreft voornamelijk face to face veldwerk dat in-home of op locatie wordt uitgevoerd. De voornaamste opdrachtgevers van Inview Veldwerk zijn een aantal grote gerenommeerde marktonderzoeksbureaus zoals:

- Synovate
- Intomart-GFK
- Trendbox
- Wilke (Denemarken)
- Blauw research
- Roma Marktonderzoek
- The Smart Vision Company

1.3 Kwaliteit

Sinds mei 2010 beschikt Inview Veldwerk BV over een ISO 20252 certificaat. De norm en dit certificaat zijn internationaal erkend en waarborgen de kwaliteit die Inview Veldwerk levert. Het is daarom van belang dat de interviewers zich ervan bewust zijn dat zij tijdens hun werkzaamheden de kwaliteit van hun werk scherp in de gaten houden.

Daarnaast is Inview Veldwerk lid van de Research keurmerkgroep en de MOA. Deze organisatie zien toe op de kwaliteit en organisatie binnen het marktonderzoek in Nederland. Inview Veldwerk is lid van deze organisaties om bij te dragen aan de samenwerking en ontwikkeling van het marktonderzoek in Nederland.

Inview Veldwerk hecht veel waarde aan interviewers met een interviewercertificaat en biedt zijn interviewers de Field Force training aan in de vorm van een E-learning (training via de computer). Met deze E-learning kunnen interviewers in hun eigen tijd de kneepjes van het interviewervak onder de knie krijgen en door middel van een centraal examen de opgedane kennis laten toetsen en bij een voldoende resultaat laten certificeren. Inview hanteert een minimaal aantal van 50 uren die gewerkt moeten zijn alvorens men in aanmerking kan komen voor deze training. Voor meer informatie kan je contact opnemen met Inview Veldwerk BV.

1.4 De medewerkers en gegevens van Inview Veldwerk BV

De vaste personele bezetting van Inview Veldwerk BV:

Naam	Functie	Aanwezig	e-mail
Richard Zohlandt	Directeur	Ma t/m vrij	richard@inviewveldwerk.nl
Bernard Kochen	Locatiemanager	ma t/m vrij	bernard@inviewveldwerk.nl
Johan van Wolfswinkel	Projectplanner	ma t/m vrij	johan@inviewveldwerk.nl
Joost Bruinsma	Projectplanner	ma t/m vrij	Joost@inviewveldwerk.nl
Stephan Benard	Allround Medewerker	Ma t/m vrij	stephan@inviewveldwerk.nl
Eline Schenk	Allround Medewerkster	Ma t/m vrij	eline@inviewveldwerk.nl
Marianne van Beers	Managementassistent	ma, wo, vrij di, do middag	marianne@inviewveldwerk.nl

Telefonisch zijn wij van maandag t/m vrijdag van 9.00-17.30 uur te bereiken op:

033-4768976

033-4621150

En te bezoeken op;

Stadsring 140

3811 HS Amersfoort

Postadres; (let op, alle post moet altijd hierheen gestuurd worden!)

Postbus 1478

3800 BL Amersfoort

In iedere instructie die je bij de projecten aantreft staat vermeld wie van deze personen gebeld kan worden als er vragen of problemen zijn omtrent het betreffende project.

Ook als er vragen of problemen zijn die niet rechtstreeks met een bepaald project te maken hebben mag er uiteraard altijd even gebeld worden.

Opdrachten worden altijd vooraf telefonisch of per e-mail aangekondigd. Wanneer je hebt aangegeven dat je aan de betreffende opdracht wilt meewerken dan gaan wij er vanuit dat wanneer de opdracht aan jouw is toegezonden je de opdracht ook conform de instructies afhandelt. We bevestigen je medewerking aan een onderzoek altijd per email.

Mocht je onverhoopt door omstandigheden toch niet kunnen werken dan rekenen wij erop dat je ons daar zo snel mogelijk (24 uur van tevoren en sowieso binnen kantoor tijden 9.00-17.30 uur) **telefonisch** (persoonlijk, geen voicemailbericht of email!) van op de hoogte stelt.

2 Wat is marktonderzoek?

Marktonderzoek is het vakgebied waarin men zich bezighoudt met het verzamelen van gegevens over een ‘markt’. Onder markt wordt in dit verband het afzetgebied voor een bepaald product als koffie/dagbladen/koekjes/etc. verstaan. Ook een voetbalclub of een politieke partij hebben een ‘markt’, in dit geval spreken we dan meestal van een opinieonderzoek. Essentieel voor een ‘markt’ is dat de afnemer en aanbieder elkaar ontmoeten; de aanbieder verkoopt en de afnemer koopt.

Marktonderzoek is in de loop der jaren een belangrijk instrument voor ondernemers, instellingen en de overheid geworden.

Marktonderzoek moet niet verward worden met marketingonderzoek. Hoewel beide termen veel op elkaar lijken, verwijst marketingonderzoek naar de activiteiten die door marketingwetenschappers ondernomen worden. Bij marketingonderzoek draait het om marketing in het algemeen, en niet zoals bij marktonderzoek om concrete producten of diensten.

Het marktonderzoek is één van de essentiële elementen van marketing en dient als uitgangspunt voor elk erop volgend marketing- en communicatiebeleid. Het begrip kan gedefinieerd worden als; “Het aanwenden van subjectieve en objectieve onderzoeksmethoden om informatie te verzamelen en te analyseren. Deze informatie vormt de basis om een marketingstrategie te definiëren en te evalueren.” Die informatie heeft in het algemeen betrekking op de gedragingen, de houding en de motivaties van een bepaalde doelgroep.

Het marktonderzoek is de eerste stap die voorafgaat aan elke beslissing. Haar functie als informatiebron is slechts doeltreffend als ze de betrokken onderneming of organisatie in staat stelt beslissingen door te drukken op het vlak van marketingstrategie. Het onderzoek loopt door gedurende het hele marketingproces: in elk stadium worden de reacties van het doelpubliek geanalyseerd om het beleid indien nodig te kunnen bijsturen.

Iedere fase van een onderzoek wordt nauwkeurig voorbereid: het formuleren van vragen, de methode van onderzoek en de verwerking van de resultaten. Of een onderzoek echter een juiste afspiegeling van de werkelijkheid geeft of niet, hangt in de eerste plaats af van de juiste keuze van de te ondervragen personen (=respondenten) en het vraaggesprek/interview met hen.

2.1 Verklarende woordenlijst

In de wereld van marktonderzoek zullen verschillende begrippen naar voren komen die vaak onduidelijk of afgekort zijn. Hieronder zijn er een aantal opgesomd met daarachter hun betekenis.

PAPI	Paper Assisted Personal Interviewing onderzoek wordt afgenomen op een papieren vragenlijst
CAPI	Computer Assisted Personal Interviewing Face-to-face onderzoek via de computer
CATI	Computer Assisted Telephone Interviewing Telefonisch onderzoek via de computer
CAWI	Computer Assisted Web-based Interviewing Onderzoek waarbij de respondent de vragenlijst via het internet ontvangt en ingevuld terugstuurt
At Random	In wisselende volgorde
Data	De verzamelde resultaten (uitkomsten)
In-home	Bij respondenten thuis interview afnemen
Face to face	Afnemen van interview door persoonlijk gesprek
Homeplacement	Thuis testen van producten
MOA	Marktonderzoek Associatie
ISO20252	Internationale kwaliteitsnorm voor marktonderzoek
RKG	Research Keurmerk Groep, groep van marktonderzoekorganisaties die gezamenlijk streven naar behoud van kwaliteitsniveau binnen het marktonderzoek
N-waarde	Het aantal geslaagde interviews dat gehaald moet worden
Screening-vragenlijst	Vragenlijst die door de interviewer wordt voorgelezen en waarop selectievragen staan vermeld, ook wel screeener
Hoofdvragenlijst	Vragenlijst die bij respondent wordt afgenomen nadat de screeener succesvol doorlopen is.

2.2 Project

Naar aanleiding van een onderzoeksvraag van de klant schrijft Inview Veldwerk een voorstel waarin uiteengezet wordt hoe dit onderzocht zou kunnen worden. Als de klant met het voorstel akkoord gaat wordt het onderzoek ingepland en voorbereid.

Dit bovenstaande gebeurt door de projectplanners. Zij zijn verantwoordelijk voor de planning, instructie, uitvoering en oplevering van het project.

Opzet

Er wordt overleg gepleegd met de projectplanner over de selectiecriteria, de duur van de vragenlijst, het totaal aantal te behalen interviews(=N-waarde). Hierop wordt een schatting gemaakt van de te behalen interviews per dag en het benodigd aantal interviewers. Ook wordt op basis hiervan bekeken waar, wanneer en hoe lang het onderzoek gaat plaatsvinden.

Bij elk onderzoek wordt door de projectplanner een korte instructie op papier gezet waarin de achtergrond, de doelstelling(en), de selectiecriteria en de belangrijke aandachtspunten aan de orde worden gesteld.

Nadat de interviewer zijn of haar medewerking heeft gegeven voor het uitvoeren van het onderzoek zal Inview Veldwerk in een aantal gevallen (afhankelijk van het onderzoek) de materialen voor het uitvoeren van het interview per post of koerier toezenden. In de meeste gevallen zal dit pakket bestaan uit een aantal vragenlijsten, het toonmateriaal, een instructie, de selectiecriteria en een declaratieformulier.

Zodra de materialen binnen zijn begint de interviewer met het doornemen van de instructie en de toelichting van de vragenlijst. Het is belangrijk dat alles duidelijk is, we hebben liever dat er meerdere keren gebeld wordt om vragen te stellen dan dat er iets niet duidelijk is en dat daardoor wellicht het onderzoek niet goed wordt uitgevoerd.

Bij grote onderzoeken kan het voorkomen dat er een instructiebijeenkomst georganiseerd wordt. Dit kan plaatsvinden bij Inview op kantoor of bij de opdrachtgever. Bij deze bijeenkomst zal het onderzoek puntsgewijs besproken worden. Eventuele problemen kunnen zo snel verholpen worden.

Benaderen respondenten

Na het doornemen van de instructie, de vragenlijst en het toonmateriaal kan er overgegaan worden tot het benaderen van respondenten. Door een goede voorbereiding komt de interviewer professioneel over. Hierdoor zal de respondent sneller meewerken aan het onderzoek.

Bij het eerste contact laat de interviewer de respondent zijn of haar legitimatiebewijs zien. De interviewer geeft vervolgens duidelijk aan dat hij/zij niets wil verkopen maar graag de mening van de respondent wil horen. Leg vervolgens uit wat de bedoeling is en probeer de respondent mee te laten werken aan het onderzoek. Eventueel zal hiervoor een (vervolg)afspraken gemaakt moeten worden.

Het is van groot belang dat de interviewer er ten alle tijden representatief uitziet en een duidelijk voorkomen heeft. Men vertegenwoordigd de opdrachtgever/klant!

Een interview kan op verschillende momenten van de dag plaatsvinden. Wanneer wij bijvoorbeeld op zoek zijn naar een hoofdkostwinnaar van een huishouden zal 's avonds de beste tijd zijn om de respondent uit te nodigen voor een interview. Huisvrouwen, ouderen en bedrijven zullen hoofdzakelijk overdag benaderd worden.

Bij deze manier van werken kan het voorkomen dat je buiten kantoortijden aan het werk bent.

Het interview

Tijdens het interview is het de bedoeling dat de respondent zonder invloed van buitenaf de vragen zelfstandig kan beantwoorden. Wij vragen dan ook ervoor te zorgen dat het interview op een rustige locatie plaatsvindt. Voor aanvang van het interview moet duidelijk gemaakt worden dat wij alleen de mening van de respondent willen hebben.

Vragenlijsten

Een vragenlijst kan op verschillende manieren worden afgenomen;

- PAPI: onderzoek wordt afgenomen op een papieren vragenlijst
- CATI: onderzoek wordt telefonisch afgenomen
- CAPI: onderzoek wordt met behulp van een laptop/computer gedaan
- CAWI: onderzoek wordt online via internet uitgevoerd

Vragen kunnen zowel open als gesloten gesteld worden. Bij open vragen is het de bedoeling zo duidelijk mogelijk te formuleren wat de respondent bedoeld, indien mogelijk doorvragen. Meestal wordt er gevraagd naar twee antwoorden.

Bij gesloten vragen kan de respondent kiezen uit een aantal antwoorden. Hierbij wordt een keuze gemaakt uit één of meer antwoorden. Wanneer er bij een vraag staat ‘niet opletten’ is het de bedoeling dat de respondent spontaan antwoordt.

Anonimiteit

De gegevens van de respondenten zijn strikt vertrouwelijk en zullen in geen enkel geval aan derden worden verstrekt.

Ondanks dat de respondent anoniem blijft komt het vaak voor dat er in een interview persoonlijke vragen worden gesteld. Dit gebeurt om de vragenlijsten in groepen te plaatsen. De groepen kunnen bijvoorbeeld gevormd worden aan de hand van;

- het inkomen
- de leeftijd
- de opleiding

Om controle te hebben op onze interviewers zal minimaal 10% van de respondenten benaderd worden. Dit is conform de ISO norm. De respondent wordt gevraagd wat hij/zij vond van het interview. Bij eventuele op- of aanmerkingen zal dit teruggekoppeld worden naar de interviewer. Aan de hand van deze controles kan ook vastgesteld worden of een interviewer inderdaad de respondenten heeft benaderd of dat er fraude is gepleegd. In dat geval zal er geen uitbetaling plaatsvinden en ziet Inview Veldwerk zich genoodzaakt de samenwerking te beëindigen.

Vanzelfsprekend garandeert Inview Veldwerk dat gegevens van respondenten anoniem verwerkt worden. Hierbij worden de regels van ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research), de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoek en Informatiemanagement en van de Marktonderzoek Associatie(MOA) in acht genomen.

Afronden interview

Nadat de interviewer alle vragen heeft gesteld kan het interview worden afgesloten. Bedank de respondent en overhandig eventueel een presentje/incentive als dank voor de medewerking. Dit zal per onderzoek verschillen. Soms zal de respondent dan zijn naam en handtekening moeten achterlaten als bewijs dat hij/zij het presentje in ontvangst heeft genomen. Dit zal niet verwerkt worden in het interview. Nadat alle interviews zijn afgenomen kan er overgegaan worden op het afsluiten van het onderzoek. Controleer of alle vragenlijsten volledig en correct zijn ingevuld. Het komt vaak voor dat de doorverwijzingen naar een volgende vraag niet goed of juist gelezen worden en/of vragen zijn overgeslagen.

2.3 Soorten onderzoek

Elk onderzoek is weer anders en daarom is het moeilijk in een paar woorden te omschrijven wat het soort werk precies inhoudt. Om toch een duidelijk beeld te krijgen over de soorten onderzoeken verwijzen wij je naar de internet website van Inview Veldwerk; www.inviewveldwerk.nl

Bij Inview Veldwerk kunnen de onderzoeken op verschillende manieren uitgevoerd worden:

Onderzoeken vanuit huis: *In-home onderzoeken*
Onderzoeken op locatie: *Locatie-onderzoek*

In-home

In-home onderzoeken worden vanuit de woonomgeving van de interviewer uitgevoerd. Het is de bedoeling dat er in de directe omgeving van de interviewer naar respondenten gezocht wordt die voldoen aan de selectiecriteria om mee te werken aan het desbetreffende onderzoek. Vervolgens worden deze personen uitgenodigd voor een vraaggesprek/interview.

1. **Vaste adressen:** deze worden aangereikt. In veel gevallen zal de respondent voortijdig geïnformeerd worden over het onderzoek. De respons is bij deze wijze van benadering hoog.
2. **Random walk:** via deze methode wordt een startadres aangegeven waar vanuit de interviewer op zoek gaat naar respondenten. Bijvoorbeeld; men begint vanaf het startadres met de wijzers van de klok mee, dus naar links en elke vijfde woning wordt bezocht totdat een completion bereikt is.
3. **Zelf zoeken:** de interviewer selecteert zelf personen die voldoen aan de selectiecriteria. Er hoeft geen rekening gehouden te worden met de locatie van de woning. Criteria die door de interviewer gehanteerd moeten worden zijn:
 - beroep
 - geslacht
 - opleiding
 - leeftijd

Locatie

Op locatie wordt er voornamelijk gebruik gemaakt van face-to-face onderzoeken. Het gaat om verschillende onderzoeken in winkels, gebouwen en op straat. Alle locatieonderzoeken maken gebruik van een hele persoonlijke benadering, doordat de respondenten persoonlijk worden aangesproken en er direct contact is tussen de interviewer en de respondent.

2.4 Richtlijnen

Om ervoor te zorgen dat de respondent zo min mogelijk beïnvloed wordt zullen de volgende punten in acht genomen moeten worden:

- De vragen moeten letterlijk voorgelezen worden
- Het antwoord van de respondent dient letterlijk opgeschreven te worden
- De respondent mag niet meelesen met de vragen, tenzij anders aangegeven

Indien een respondent een vraag niet begrepen heeft dient deze vraag opnieuw gesteld te worden. Er mag geen toelichting gegeven worden door de interviewer. Wanneer de respondent de vraag echt niet begrijpt kan dit bij de vraag genoteerd worden en gaat de interviewer verder met de volgende vraag.

Van de interviewer wordt verwacht de vragenlijst netjes te houden en duidelijk in te vullen. De interviewer vertegenwoordigt immers onze naam Inview. Daarom vragen wij ook van onze interviewers om zich tijdens een interview alleen bezig te houden met de respondent.

3 Honorarium

Het honorarium verschilt vaak per project/onderzoek. Dat komt door verschillende factoren zoals bijvoorbeeld de duur van de werkzaamheden en de moeilijkheidsgraad.

Hierin maken we onderscheid tussen uurloon en onkosten. Tevens hanteert Inview verschillende betalingsvormen:

- stukprijs (betaling per interview)
- uurtarief (betaling per uur)
- dagtarief (betaling per dag)
- bonus (beloning voor het correct en compleet afronden van een onderzoek)

Tabel uurloon

Leeftijd	Uurloon
17	€ 5,50
18	€ 6,00
19	€ 6,50
20	€ 7,00
21	€ 7,50
22	€ 8,50

Iedereen van 23 jaar en ouder ontvangt een uurloon van € 10,00. Het kan echter voorkomen dat er voor een bepaald onderzoek andere prijsafspraken gemaakt zijn waardoor het uurloon kan variëren. Mocht je zelfstandige (BTW-er) zijn dan ontvang je € 13,00 per uur. Dit heeft een belastingtechnische achtergrond.

Het declareren

Inview Veldwerk werkt met standaard declaratieformulieren. De verwerking van declaraties geschiedt schriftelijk. Men moet het declaratieformulier dan ook duidelijk ingevuld en ondertekend terugsturen naar Inview Veldwerk. Uitsluitend bij ‘overige onkosten’ dient men te specificeren met de aankoopbewijzen. Deze kosten worden alleen vergoed in overleg met de projectplanner! Declaratieformulieren kunnen tot maximaal 90 dagen na voltooiing van het onderzoek ingediend worden bij Inview.

- Honorarium
- (eventuele) Bonus (verschilt per project)
- Onkosten
 - o Reiskosten
 - o Reistijd
 - o Lunch/diner kosten
 - o Portokosten

Gedeclareerde reiskosten dienen altijd onderbouwd te worden met een geldig vervoersbewijs. Een goede manier hiervoor is een persoonlijke ov-chipkaart (een uitleg kunt u opvragen bij het kantoor van Inview Veldwerk).

Uitbetaling

Aan het einde van iedere maand, uiterlijk op de 30^e, dienen de declaraties van die maand binnen te zijn zodat deze verwerkt kunnen worden. De uitbetaling vindt elke maand rond de 10^e plaats. De interviewer ontvangt een salarisspecificatie aan het eind van elke maand. Aan het eind van ieder kalenderjaar wordt een jaaropgave naar de interviewer toegestuurd. Deze kan men gebruiken voor het invullen van de jaarlijkse Belastingaangifte. Het is belangrijk deze goed te bewaren aangezien de jaaropgave slechts een (1) maal verstrekt wordt.

4 Tot slot

Inview Veldwerk vertrouwd erop met deze instructie een duidelijk beeld te hebben neergezet over het verrichten van marktonderzoek, wat hier zoal bij komt kijken en hoe Inview Veldwerk te werk gaat.

Voor vragen omtrent het interviewen zijn wij altijd bereikbaar.

Voor meer informatie en richtlijnen adviseren wij de volgende lectuur:
“Interviewen voor markt- en opinie- onderzoek”, Theoriestof voor het NVvM-examen Marktonderzoek en Interviewer – E.A. van Eunen.

Het is mogelijk om een E-learning (interviewercursus via internet) te volgen. Deze cursus is gebaseerd op het bovengenoemde boek. Als je deze cursus goed afsluit (landelijk examen) krijg je een erkend interviewercertificaat waardoor je voor alle projecten ingezet kunt worden. Als je meer informatie hierover wilt, neem dan even contact op met een van de medewerkers op kantoor.

Met vriendelijke groet,

Inview Veldwerk BV