

Kvalitativa undersökningar - Djupintervjuer

Vid kvalitativa undersökningar genomförs ett begränsat antal intervjuer syftande till att få rikare insikt och förståelse för t.ex. ett problemområde, ett konsumentbeteende eller människors inställningar och åsikter gällande ett specifikt ämne. Den kvalitativa metodiken används för att mäta det som ofta inte går att kvantifiera såsom attityder, värderingar, känslor och beteenden. Där kvantitativa undersökningar endast kan ge svar på frågeställningarna; hur mycket? och hur många?, kan de kvalitativa undersökningar ge svar på frågorna hur? och varför?

Kontakten med varje intervjuperson i en kvalitativ undersökning är, jämfört med vid kvantitativa undersökningar, längre och karaktäriseras av en öppen och flexibel dialog mellan intervjuare och intervjuperson och resulterar i djup och fokuserad information.

Tillvägagångssätt

På Stelacon genomför vi djupintervjuer i följande steg:

- **Inledande möte.** Uppstartsmöte sker efter att uppdragsgivaren godkänt den offert Stelacon lämnat. Vid första mötet planeras uppdraget och allt från syfte och mål till tidplan, frågeområden och urval (vad som skall och kan undersökas) diskuteras.
- **Förarbete.** Informationssökning och analys av befintligt undersökningsmaterial samt annat ändamålsenligt material, t ex produktbeskrivningar görs. För att kunna genomföra en kvalitativ undersökning med hög kvalitet krävs det att projektledaren/intervjuaren är väl påläst och insatt i det aktuella ämnet. För att få ut så mycket som möjligt av intervjuerna är det nödvändigt att skapa en stimulerande miljö för intervjupersonerna, som i många fall är mycket väl insatta i ämnet.
- **Avstämningmöte med uppdragsgivaren.** En diskussion med uppdragsgivaren syftande till att definiera urval av intervjupersoner samt de frågeställningar som skall tas upp i de personliga intervjuerna sker.
- **Framtagande av frågeguide.** Vid djupintervjuer använder man sig av en diskussions-/frågeguide som intervjuaren följer. Till skillnad från kvantitativa undersökningar följs inte nödvändigtvis guiden ordagrant och det är inte heller nödvändigt att ställa frågorna i en viss ordningsföljd. Frågeguiden tas fram i samråd med uppdragsgivaren.
- **Rekrytering av deltagare.** I samråd med uppdragsgivaren skapas en önskad profil på lämpliga deltagare. Deltagarna kan exempelvis bestå av representanter för en viss målgrupp. Tidpunkt för personlig intervju bestäms med varje intervjuperson.
- **Djupintervjuerna genomförs.** Djupintervjuerna genomförs normalt av en eller två erfarna medarbetare från Stelacon. Normalt varar intervjun 1-2 timmar och vanligtvis genomförs den på intervjupersonens arbetsplats. Det krävs totalt 10-15 genomförda intervjuer för att skönja och bekräfta mönster i en undersökning.
- **Analys och rekommendationer.** En stor del av projektet utgörs av analys av materialet i syfte att skapa användbara och framåtsträvande rekommendationer.
- **Rapport.** Stelacon presenterar resultaten muntligt efter varje avslutad undersökning. Vanligtvis sker rapportering också genom en skriftlig rapport, eller enligt andra av uppdragsgivaren angivna önskemål.