

Handleiding voor diepte-interviews



Diepte-interviews helpen om eindgebruikers, hun gedrag, motivaties en omgeving beter te begrijpen. Doorgaans zijn ze semi-gestructureerd van aard: ze hebben een vast onderzoeksthema en vooraf bepaalde vragen, maar deze vragen zijn open en worden niet noodzakelijk altijd in dezelfde volgorde of in dezelfde diepte behandeld. Het hoofddoel is namelijk om van respondenten te vernemen wat **zij** belangrijk vinden, en het in hun eigen woorden te horen vertellen.

VOORBEREIDING

- **Interviewgids:** maak vooraf een structuur op met de algemene 'onderzoeksvraag' of hypothese (wat wil je te weten komen?), en een lijst van vragen over dit thema.
- **Locatie:** waar ga je het interview doen? Zorg voor een rustige en vertrouwelijke locatie waar respondenten vrijuit kunnen praten.
- **Duur:** probeer je interview te timen en je belofte over timing na te komen (oefen bijvoorbeeld vooraf als je het niet zeker weet).
- **Rekrutering:** let er op dat de geïnterviewde kandidaten een voldoende representatieve steekproef ('sample') vormen voor het geheel van de te onderzoeken doelgroep.
- **Incentive:** welke incentive geeft u respondenten voor hun tijd en moeite? Een incentive van ongeveer €35-€45 is standaard voor 1 uur interview (incl. vervoer). Hoe hoger de betrokkenheid van de persoon, hoe lager de nood aan een incentive.

UITVOERING

1 Introductie

- Neem de tijd om jezelf voor te stellen, kennis te maken met de kandidaat, het onderwerp en de context uit te leggen.
- Stel de kandidaat op zijn/haar gemak. Doe eventueel wat opwarmingsoefeningen: dit leidt in veel gevallen tot een betere sfeer en een meer open gesprekshouding.
- Gebruik open lichaamstaal: verwelkomend en geruuststellend.

2 Praktische aspecten

- **Vertrouwelijkheid:** als concrete opnames, notities,... op welke manier dan ook gedeeld zullen worden, leg dit dan uit aan de kandidaat en vraag om toestemming. Leg de toestemming desgewenst vast op papier of op audio/video indien er gevoelige persoonlijke (vb. medische) kwesties worden besproken.
- **Opname:** vraag de kandidaat om toestemming om het gesprek op te nemen op audio of video (indien nodig).
- **Notities:** voorzie altijd de mogelijkheid om tijdens het gesprek belangrijke zaken te noteren, op papier of op een laptop. Let er wel op dat je op elk moment voldoende persoonlijk contact houdt met de kandidaat.

3 Interviewtechnieken

Interviews zijn geen magische oplossing om duidelijke antwoorden te krijgen over moeilijke onderwerpen. Je zult moeten leren waarom mensen dingen zeggen die ze zeggen, antwoorden en resultaten interpreteren, in plaats van woorden letterlijk te nemen. De volgende algemene principes zijn nuttig om bevredigende resultaten te krijgen:

- Vermijd 'organisatietaal' of **jargon**: spreek de taal van de klant en stel begrijpelijke en toegankelijke vragen.
- Gebruik **open vragen**, maar maak ze ook voldoende **gericht**: op té algemene en brede vragen ga je ook zeer algemene en dus weinig bruikbare antwoorden krijgen.
- Mensen zijn niet goed in het exact ophalen van herinneringen: vraag in interviews dus eerder naar **ervaringen, sentiment en perceptie** dan naar concreet gedrag uit het verleden.
- Durf **doorvragen**. Wees niet tevreden met het eerste antwoord, maar stel vervolgvragen om dieper te graven: "Waarom vind je dat?", "Kan je daar wat dieper op ingaan?", "Wat was exact de aanleiding?". Let vooral op oppervlakkige antwoorden, b.v. 'goed', 'slecht', 'leuk', 'niet leuk', ... Vraag waarom ze iets wel/niet leuk vinden, waarom iets 'goed' of 'slecht' voor hen is.
- Wees niet bang voor **stilte**: soms helpt een klein beetje stilte om gedachten (ook die van jou!) op een rijtje te krijgen. Stilte kan ook een goede manier zijn om te peilen, omdat respondenten geneigd zijn uit te wijden.
- Wees **flexibel**: je hoeft de interviewgids niet elk interview op dezelfde manier door te nemen, zolang de vereiste onderwerpen maar behandeld worden.
- Houd een **balans** tussen respondenten vrijuit laten praten en focus op het onderwerp houden: interessante informatie komt vaak boven wanneer respondenten vrijuit praten. Breng ze wel tijdig terug bij de les indien ze te ver afdwalen: je bent beperkt in tijd!
- Bereid je voor om bepaalde vragen of onderwerpen **opnieuw** te formuleren, aangezien het heel goed mogelijk is dat respondenten niet begrijpen waar je naartoe wilt.

VERWERKING

Samenvattingen

Of er nu opnames of uitgebreide notities werden gemaakt of niet, het is altijd nuttig om van elk interview direct na afloop een korte samenvatting te maken: wat heb je geleerd, welke hypothesen werden bevestigd en welke tegengegaan, welke ideeën komen in je hoofd op om verder te exploreren, ...

Rapportering

Een onderzoeksrapport volgt meestal de volgende structuur:

- **Context en aanpak:** achtergrond, methodologie, steekproef, onderzoeksvragen, het interview proces.
- **'Executive summary'** met de belangrijkste inzichten ('key learnings') en de aanbevolen acties of vervolgstappen op basis van deze inzichten.
- Een corpus met **verduidelijking en uitwerking** van de inzichten en vervolgstappen, met een duidelijk ondersteunend verhaal.
- **Visualisaties:** niet altijd cruciaal, maar meestal erg nuttig.
- Eventueel: bijlagen zoals ruwe data, extra (maar niet-essentiële) visualisaties, interessante bronnen, ...