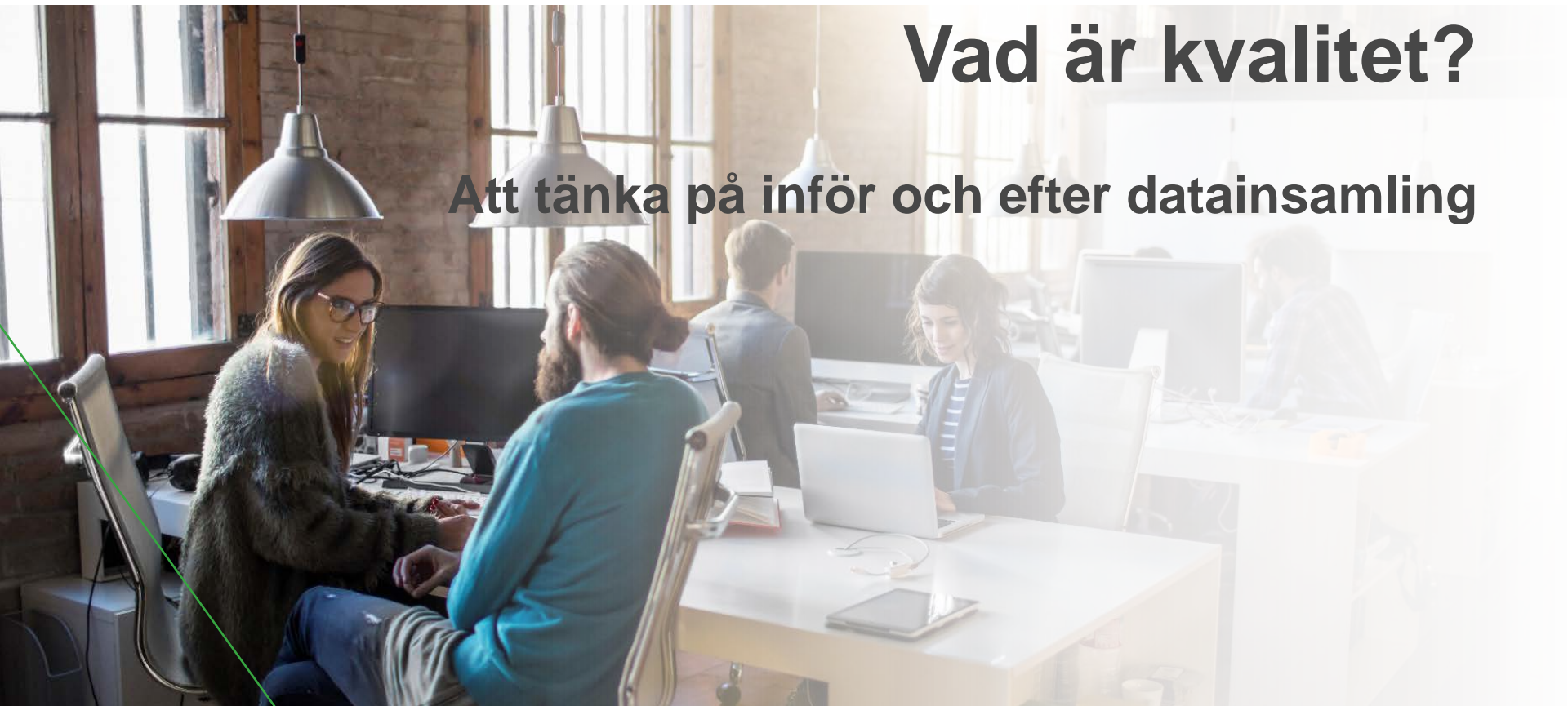


Vad är kvalitet?

Att tänka på inför och efter datainsamling



Min bakgrund



Jacob Lagerstedt

Prosjektledarchef på Norstat

20 års erfaring fra bransjen



CHANCE OF WINNING

Hillary Clinton has an 85% chance to win.



85%

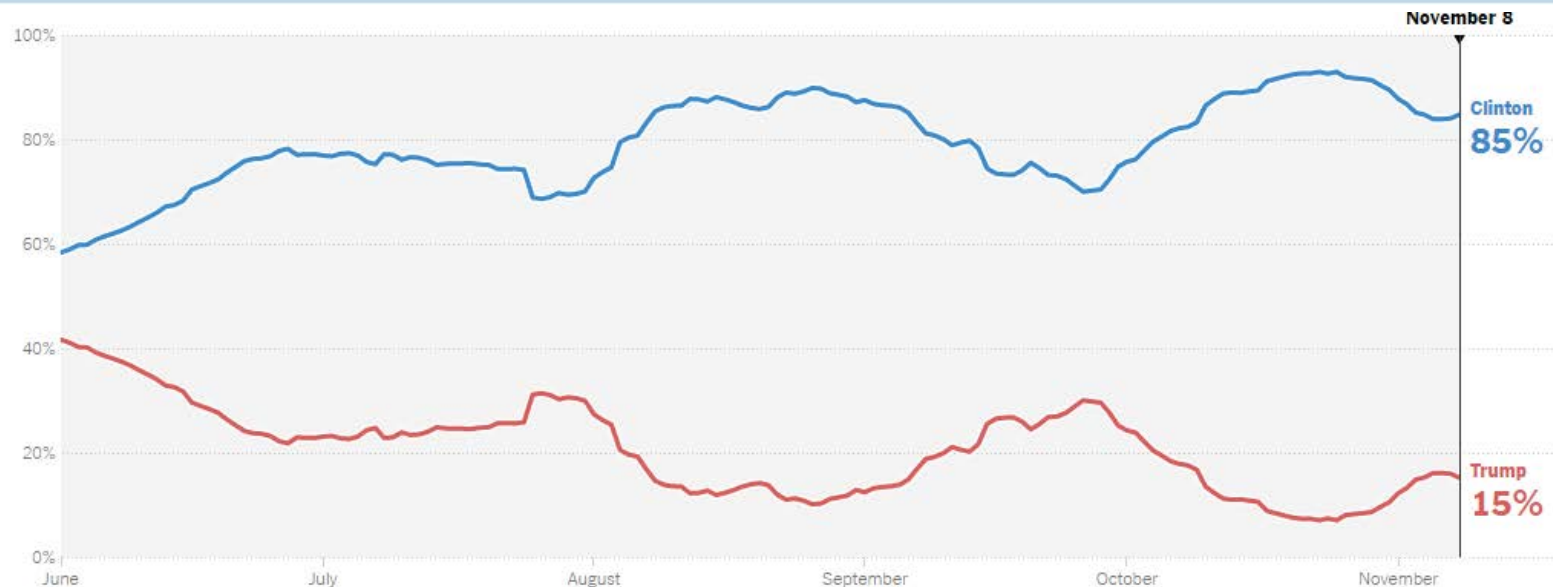
Hillary Clinton



15%

Donald J. Trump

Last updated Tuesday, November 8 at 10:20 PM ET



NY Times, 8. nov. 16:
http://www.nytimes.com/interactive/2016/upshot/presidential-polls-forecast.html?_r=0#other-forecasts



CLINTON
98.0%

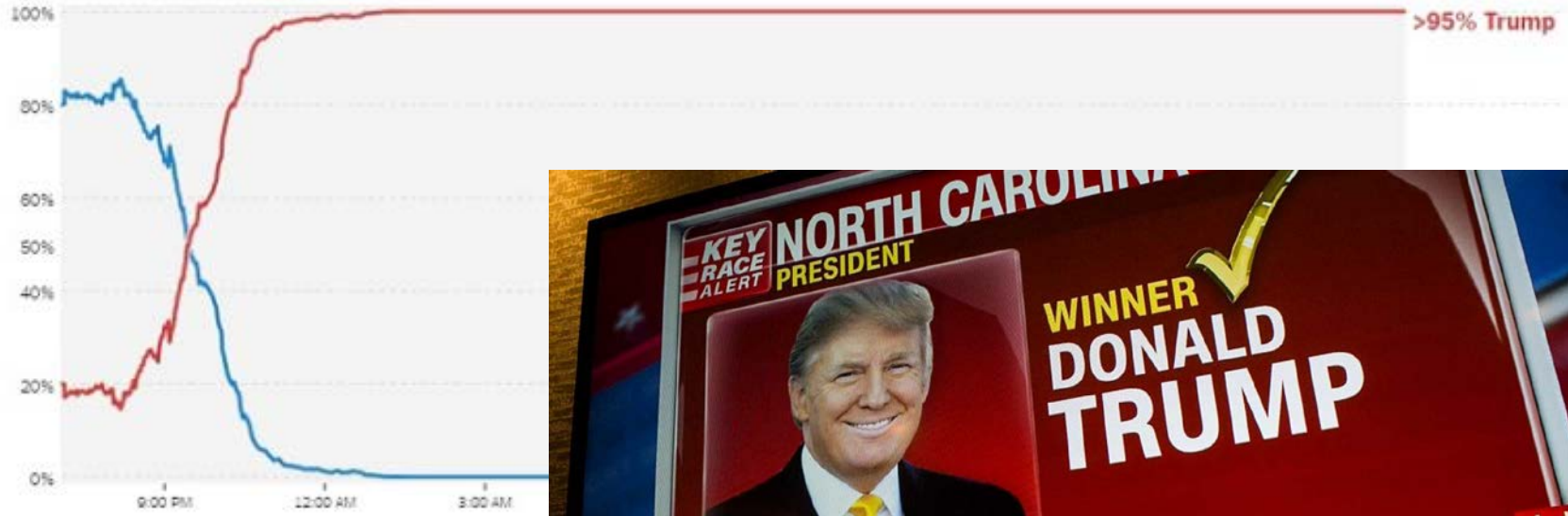
TRUMP
1.7%

Photos: Getty

Valdagen



Chance of Winning Presidency



Vad är kvalitet?



- Kvalitetsbegreppet är omfattande och inom det ryms många olika aspekter från val av ämne på undersökningen, målgrupp, frågeformulärskonstruktion, design/layout av undersökning, typ av device, urvalsfrågor, bearbetning av data, vägning, rapportering och analys
- Kvalitet omfattar även löpande och övergripande kvalitetsfrågor i underhåll av webbpaneler, t.ex. lojalitet, rekryteringsförfarande, aktivitet, etc.
- I denna presentation begränsar vi oss till att se på kvalitet i svarsdata

Typ av kontroller för insamlad data



- Speeders
- Straightliners
- Uppmärksamhetsfrågor
- Öppna svar
- Logik

Speeders



Svarsdata från respondenter med alltför snabb svarstid har förmodligen inte besvarat undersökningen korrekt



Svarstiden kan påverkas av device och målgrupp

- Det kan ta längre tid för äldre respondenter/kortare tid för yngre
- Device påverkar svarstid

Straightliners



Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:

	Strongly Agree	Agree	Neither Agree nor Disagree	Disagree	Strongly Disagree
Qualtrics is awesome	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chocolate is the best	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oxygen is important	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crime doesn't pay	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I like my friends	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Getting bitten by a shark would be fun	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I dislike my friends	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

>>



Svarsdata från straightliners är i många fall oseriös och bör plockas bort



Man behöver flera olika frågor att mäta

Vi är beroende av att det finns en väg ut för respondenten

Uppmärksamhetsfrågor



Q5. Fråga X

Below you will be presented with a number of statements regarding how you might feel about different things in life. Please indicate how much you agree with each of these statements.

	Disagree Completely 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Agree Completely 10
<Statement 1>										

1. For control reasons, please respond Disagree Completely to this statement

[PROGR: RANDOMIZE ORDER, SINGLE CHOICE ON EACH ROW]



Enkel kontroll att lägga till samt att mäta



Lätt att komma förbi för en oärlig respondent

Case Studies



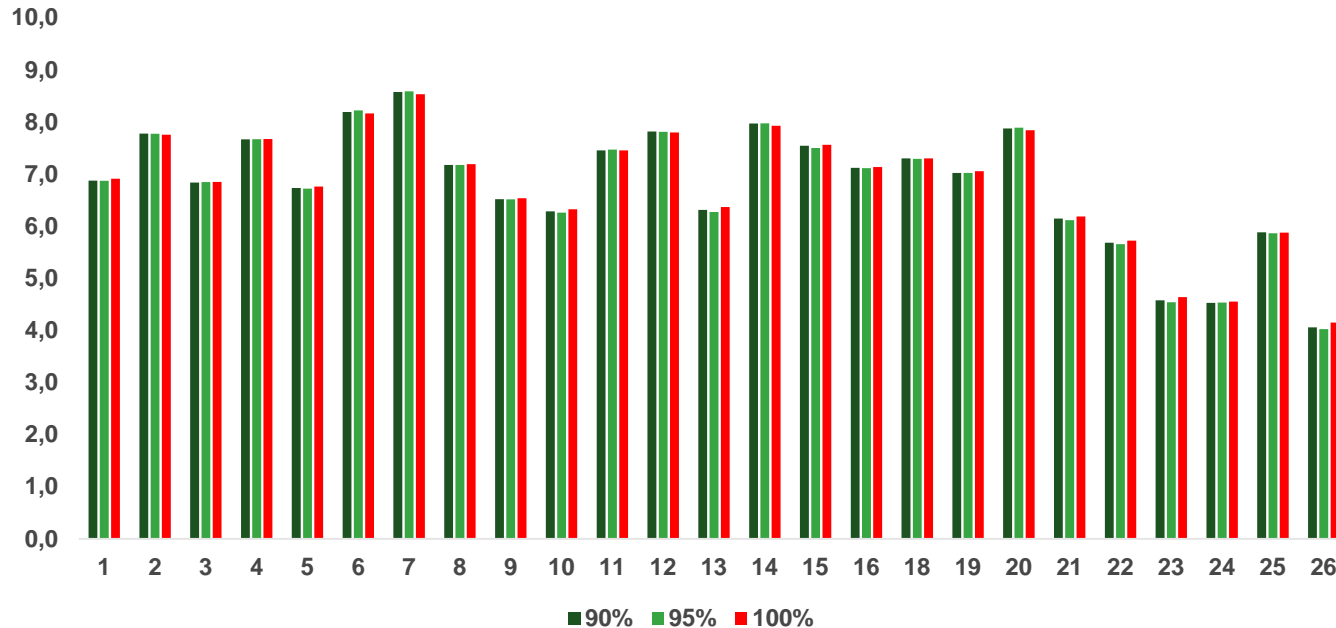
Speeders



Exempel - Speeders



Jämförelse mellan svarsdata för svarshastigheterna 90%, 95%,
och 100% långsammaste respondenterna

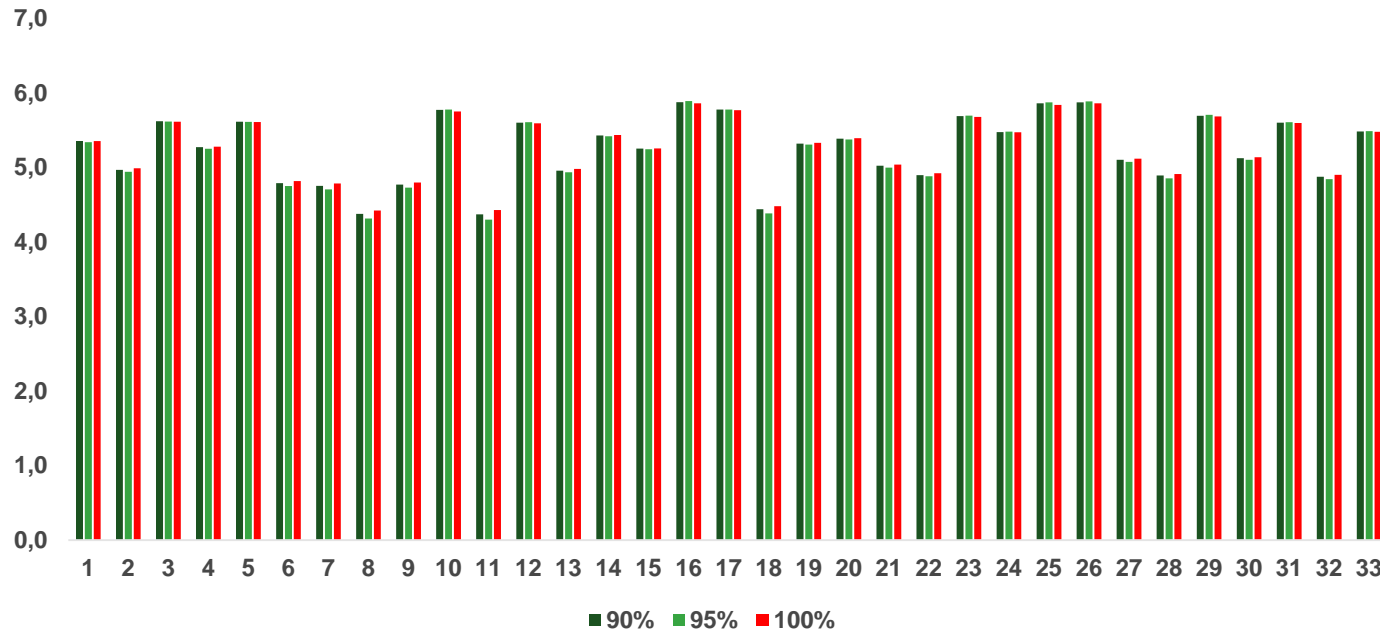


- *Undersökning genomförd i USA*
- *Genomsnittslängd: 15 minuter*
- *Antal respondenter: 1000 st*
- *Statementfrågor 10 gradig skala*

Exempel - Speeders



Jämförelse av svarsdata för de 90%, 95% och 100% långsammaste respondenterna



- *Undersökning genomförd i SE*
- *Genomsnittslängd: 15 minuter*
- *Antal respondenter: 2000 st*
- *Statementfrågor 7 gradig skala*

Straightliners



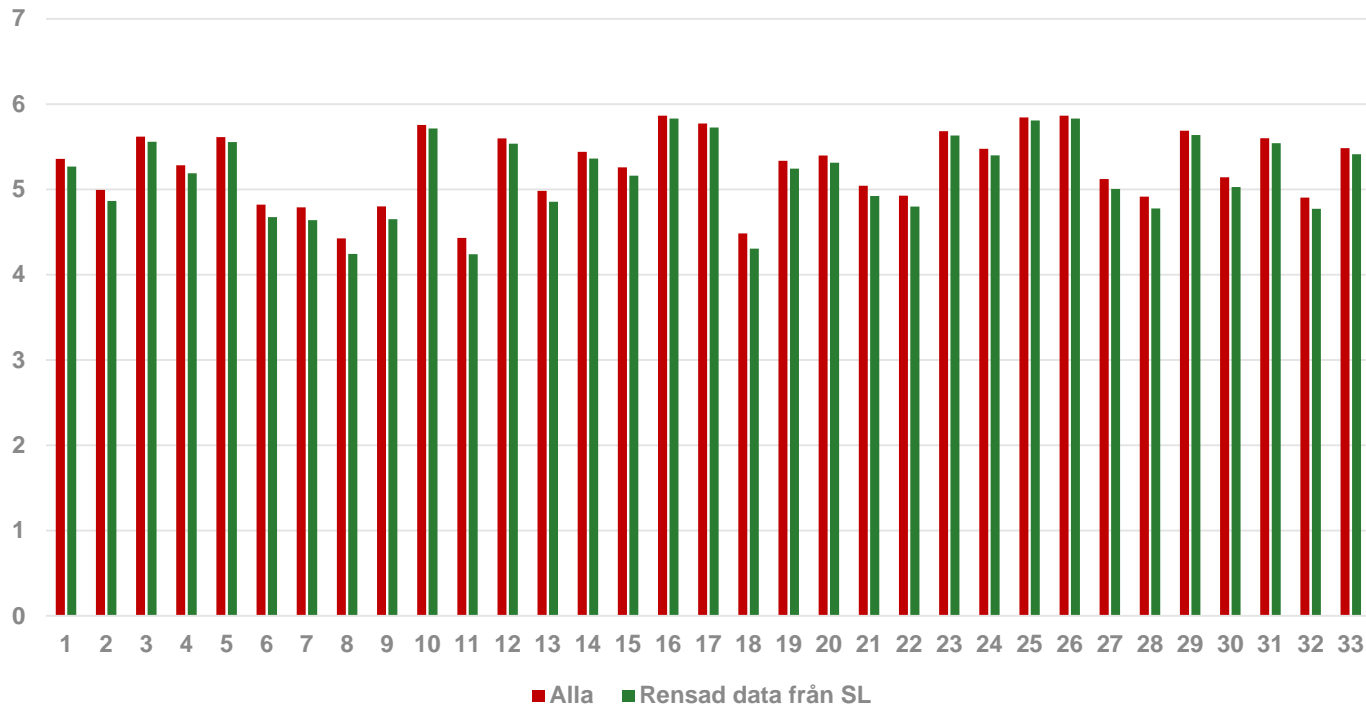
Please indicate how much you agree or disagree with the following statements:

	Strongly Agree	Agree	Neither Agree nor Disagree	Disagree	Strongly Disagree
Qualtrics is awesome	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chocolate is the best	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oxygen is important	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crime doesn't pay	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I like my friends	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Getting bitten by a shark would be fun	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I dislike my friends	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Exempel - Straightliners



Jämförelse mellan svarsdata för respondenter med mindre än 0,5 i std dev i frågeblocket med alla respondenter

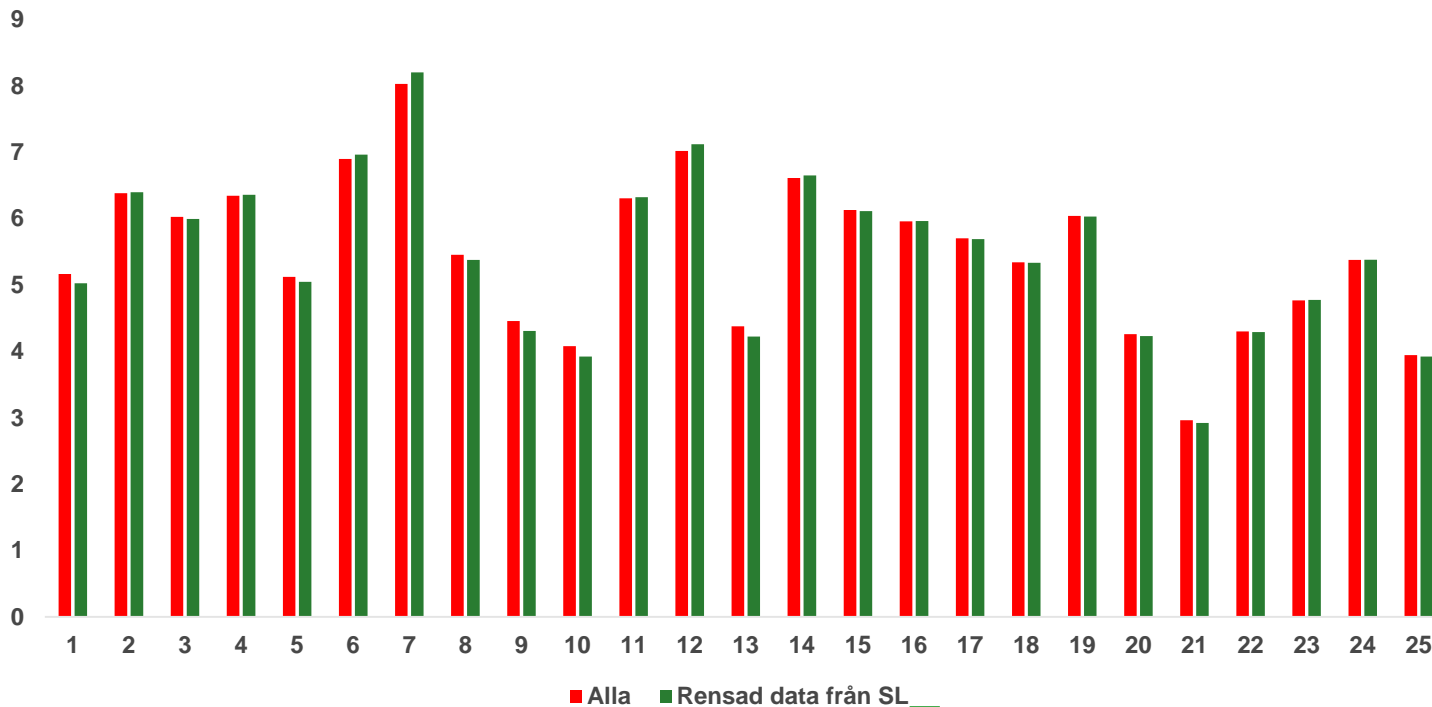


- *Undersökning genomförd i USA*
- *Genomsnittslängd: 15 minuter*
- *Antal respondenter: 1400 st*
- *Statementfrågor 7 gradig skala*
- *Antal straightliners: 9%*

Exempel - Straightliners



Jämförelse mellan svarsdata för respondenter med mindre än 0,5 i std dev i frågeblocket med alla respondenter



- *Undersökning genomförd i SE*
- *Genomsnittslängd: 15 minuter*
- *Antal respondenter: 900 st*
- *Statementfrågor 7 gradig skala*
- *Antal straightliners: 2%*

Uppmärksamhetsfrågor



Q5. Fråga X

Below you will be presented with a number of statements regarding how you might feel about different things in life. Please indicate how much you agree with each of these statements.

	Disagree Completely 1	2	3	4	5	6	7	8	9	Agree Completely 10
<Statement 1>										

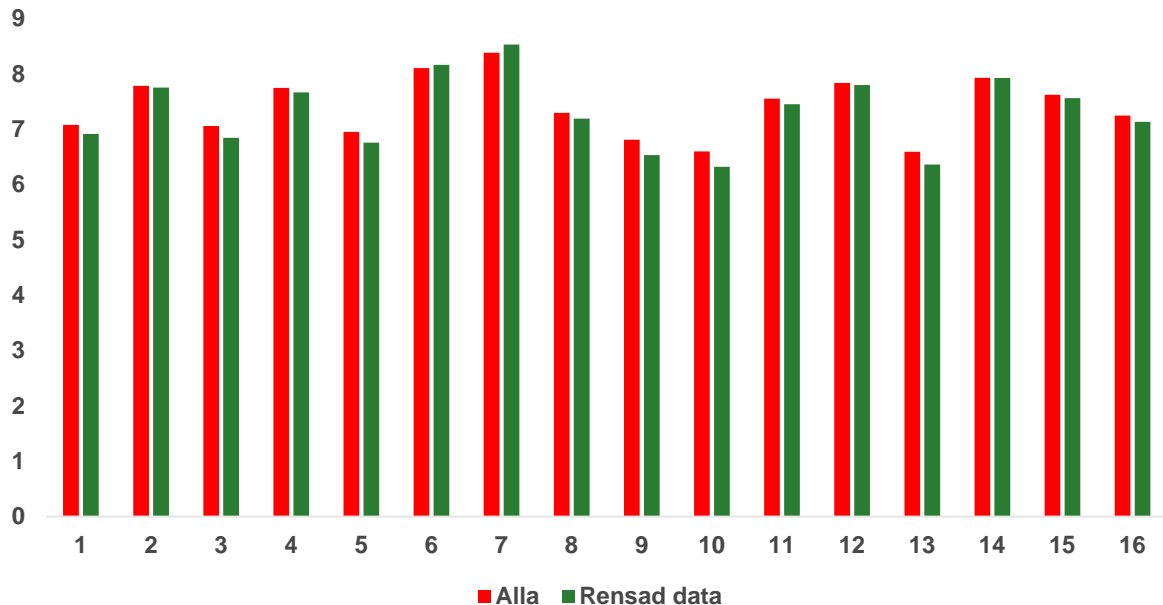
1. For control reasons, please respond Disagree Completely to this statement

[PROGR: RANDOMIZE ORDER, SINGLE CHOICE ON EACH ROW]

Exempel - Uppmärksamhetsfrågor



Jämförelse av svarsdata för alla respektive de som klarat uppmärksamhetstest

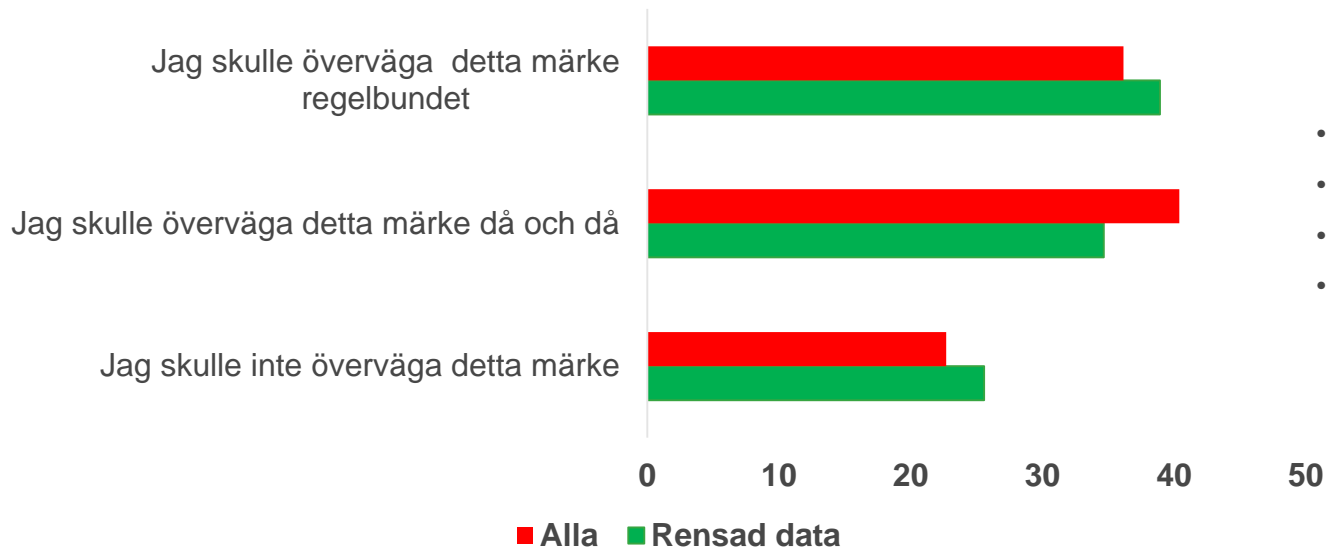


- *Undersökning genomförd i USA*
- *Genomsnittslängd: 15 minuter*
- *Antal respondenter: 1000 st*
- *Statementfrågor 10-gradig skala*
- *Andel felaktiga svar: 20%*

Svarsdata med och utan kvalitetskontroll



Svarsdata med och utan kvalitetskontroll



- *Undersökning genomförd i Sverige*
- *Antal respondenter: 400 st*
- *Test av koncept*
- *Antal borttagna respondenter: 20%*

Exempel på riktlinjer



	Non-straight liners	Straight liners	
Heavy speeders	REMOVE	REMOVE	
Light speeders	OK	Open ended OK	OK
		Open ended <u>NOT</u> OK	REMOVE

Summering



- Kvalitetsbegreppet inom marknadsundersökningar är brett
- Kvalitet måste definieras för varje individuell undersökning. Involvera kunden i kvalitetsdiskussionen
- Kontroller för speeding och straightlining har inte en automatisk effekt på svarsdata
- Viktigt är att studera dessa tillsammans med öppna svar för att göra en samlad bedömning
- Uppmärksamhetskontroll är ett enkelt och effektivt sätt att öka kvaliteten i svarsdata

Frågeställningar



- Vem är ansvarig för kvalitetskontroll?
- Hur skall man gå tillväga vid trackingar?
- Hur kommunicerar man kvalitetskraven till leverantörer?