

**HUR FÅR MAN UT MER
AV ÖPPNA SVAR?**



כה

**HUR FÅR MAN UT MER
AV ÖPPNA SVAR?***



1. NETÄKEN ÅP DNÄV!

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

2. ENGAGERA MERA!

3. LÅT IP JOBBA!

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!



A stack of several survey forms is shown, fanned out from bottom-left to top-right. The top form is clearly visible and contains the following structure:

Deltäga 1	Mycket dåligt					Mycket bra					Vet ej	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		
Deltäga 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 8	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 9	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 11	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 12	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 13	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 14	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deltäga 15	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Har du några övriga synpunkter?

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

Vilka är dina viktigaste synpunkter kring vårt samarbete?



Mycket dåligt 1 2 3 4 5 Mycket bra
1 2 3 4 5 Vet ej

Delåga 1
Delåga 2
Delåga 3
Delåga 4
Delåga 5
Delåga 6
Delåga 7
Delåga 8
Delåga 9
Delåga 10
Delåga 11
Delåga 12
Delåga 13
Delåga 14
Delåga 15

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

Vilka är dina viktigaste synpunkter kring vårt samarbete?



1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

**Vilka är dina viktigaste
synpunkter kring vårt samarbete?**

2. ENGAGERA MERA!

**Vilka är dina viktigaste
synpunkter kring vårt samarbete?**

2. ENGAGERA MERA!

Vilka är dina viktigaste synpunkter kring vårt samarbete?

Var inte rädd att ta upp detaljer och småsaker som du är speciellt nöjd eller missnöjd med. Synpunkter från er är väldigt värdefulla för oss – positiva som negativa.

2. ENGAGERA MERA!

Detta är vår viktigaste fråga till dig så fundera gärna ett tag innan du svarar.

Mina tre främsta förväntningar på konferensen är:

2. ENGAGERA MERA!

**Föreställ dig att du och en vän står och pratar om köpcentrum.
Din vän frågar dig vad du tycker om Ringen...**

Vilka skulle dina tre viktigaste synpunkter vara?

2. ENGAGERA MERA!

Börja med att fundera över allt som berör dig i din närmiljö.

Anteckna nu de problem du ser som de viktigaste och mest angelägna inom ditt närområde/kommun.

2. ENGAGERA MERA!

Använd din kreativitet och beskriv exakt två budskap som du tänker dig att reklamfilmen vill förmedla.

2. ENGAGERA MERA!

Vilka är de två viktigaste tipsen / idéerna kring enkäter som du skulle vilja förmedla till oss och de företag vi hjälper med enkäter?

2. ENGAGERA MERA!

- **Identifiera din öppna nyckelfråga**
 - **Entusiasmera och engagera**
- **Fånga positivt och negativt i samma fråga**

3. LÅT IP JOBBA!

2. ENGAGERA MERA!

**Föreställ dig att du och en vän står och pratar om köpcentrum.
Din vän frågar dig vad du tycker om Ringen...**

Vilka skulle dina tre viktigaste synpunkter vara?

För lite affärer

Väldigt bra läge nära tunnelbanan
- Lätt att smita in på vägen hem från jobbet

opersonligt

3. LÅT IP JOBBA!

Förklara lite närmare
för din vän...

**Hur påverkar var
och en av syn-
punkterna din
helhetsuppfattning
av Ringen?**

För lite affärer

☹ Mycket negativt	🗨 Negativt	Ingen påverkan	👍 Positivt	😊 Mycket positivt	❓ Vet ej
-------------------	------------	----------------	------------	-------------------	----------

Väldigt bra läge nära tunnelbanan - lätt att smita in på vägen hem från jobbet.

☹ Mycket negativt	🗨 Negativt	Ingen påverkan	👍 Positivt	😊 Mycket positivt	❓ Vet ej
-------------------	------------	----------------	------------	-------------------	----------

opersonligt

☹ Mycket negativt	🗨 Negativt	Ingen påverkan	👍 Positivt	😊 Mycket positivt	❓ Vet ej
-------------------	------------	----------------	------------	-------------------	----------

3. LÅT IP JOBBA!

Handlade dina synpunkter om något av följande?

För varje synpunkt välj kategorin som stämmer bäst eller välj "Annat"

För lite affärer

Utbud: Affärer	Utbud: Restauranger/caféer	Öppettider	Hitta i centrumet	Närhet
Parkering	Atmosfär/trivsamt	Bemötande	Annat	

Väldigt bra läge nära tunnelbanan - lätt att smita in på vägen hem från jobbet.

Utbud: Affärer	Utbud: Restauranger/caféer	Öppettider	Hitta i centrumet	Närhet
Parkering	Atmosfär/trivsamt	Bemötande	Annat	

opersonligt

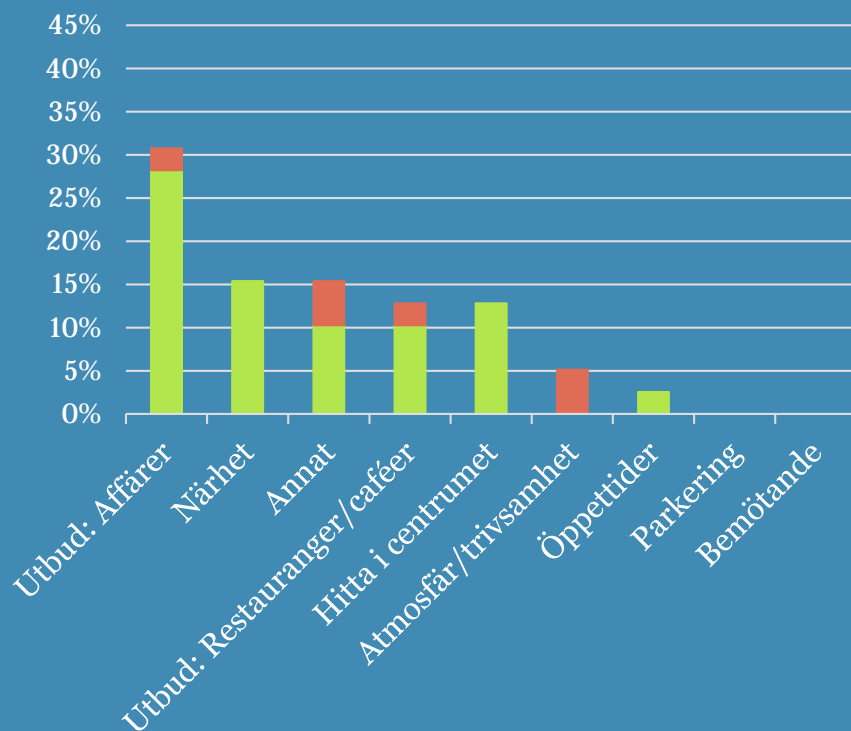
Utbud: Affärer	Utbud: Restauranger/caféer	Öppettider	Hitta i centrumet	Närhet
Parkering	Atmosfär/trivsamt	Bemötande	Annat	

3. LÅT IP JOBBA!

Varumärkesundersökn.

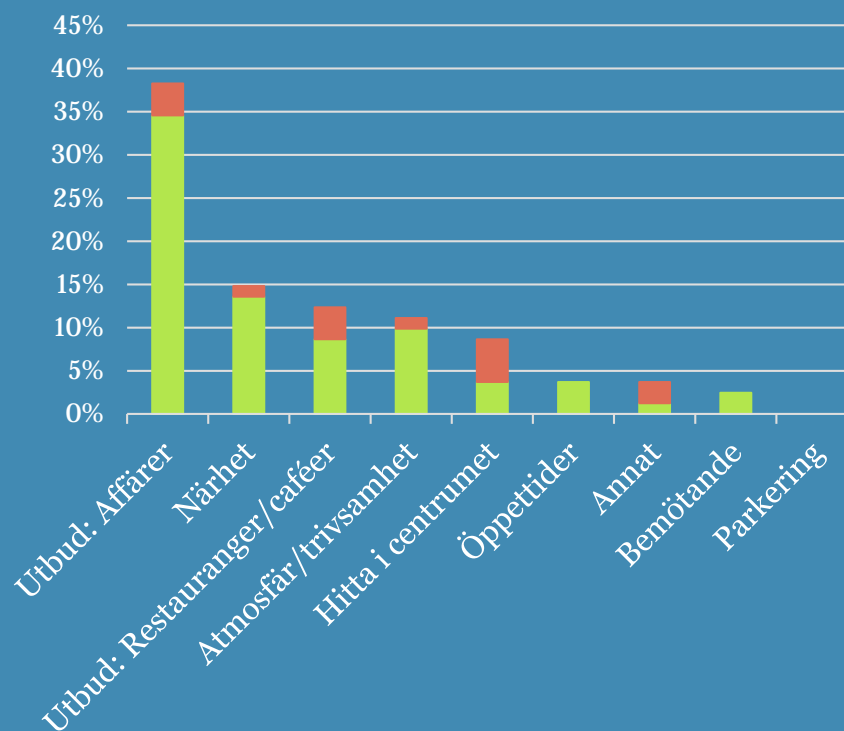
Ringen

■ Positiva ■ Negativa



Liljeholmsgallerian

■ Positiva ■ Negativa



3. LÅT IP JOBBA!

Varumärkesundersökn.

Tre viktigaste synpunkterna	Köpcentrum	Kategorisering av synpunkter	Påverkan helhetsuppfattning
Mycket på liten yta, med bra blandning mellan vardagliga butiker - som ICA och Posten, men även lyxigare som Bönor & Blad.	Ringen	Utbud: Affärer	Positivt
Mattorget är inte i min smak. Konstigs dyra maträtter. Bara manliga ägare. Kvinnorna plockar disk!	Ringen	Utbud: Restauranger/caféer	Negativt
Lyxig och bra food court med mycket vegetariskt - funkar att ta med hem eller stanna kvar.	Ringen	Utbud: Restauranger/caféer	Mycket positivt
Väldigt bra läge nära tunnelbanan - lätt att smita in på vägen hem från jobbet.	Ringen	Närhet	Mycket positivt
Det har oftast inte varit överbefolkat när jag varit där	Liljeholmsgallerian	Atmosfär / trivsamt	Mycket positivt
Köper gärna festmaten på ICA kvantum när vänner kommer	Liljeholmsgallerian	Utbud: Affärer	Positivt
Jag kan köpa allt på ett och samma ställe.	Liljeholmsgallerian	Utbud: Affärer	Mycket positivt
Trista restauranger i food courten	Liljeholmsgallerian	Utbud: Restauranger/caféer	Negativt
...

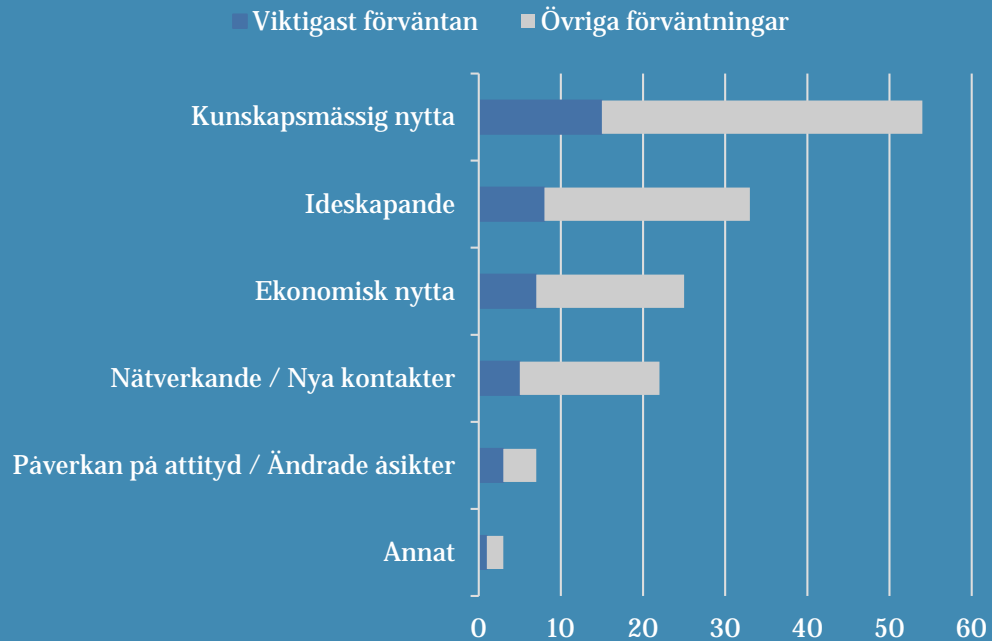
2. ENGAGERA MERA!

Detta är vår viktigaste fråga till dig så fundera gärna ett tag innan du svarar.

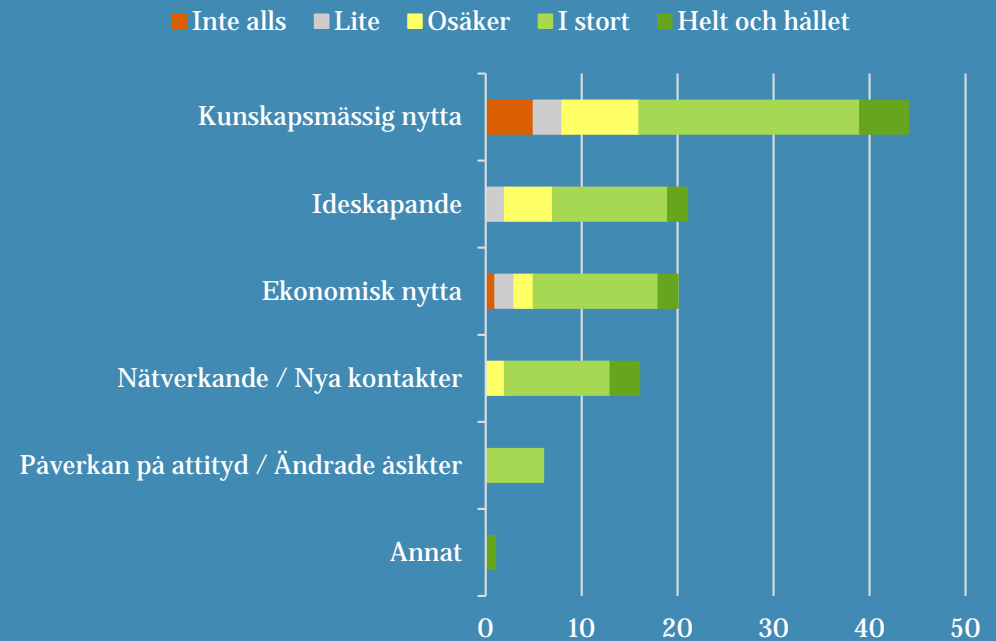
Mina tre främsta förväntningar på konferensen är:

3. LÅT IP JOBBA!

Före - Förväntad nytta



Efter - Upplevd nytta

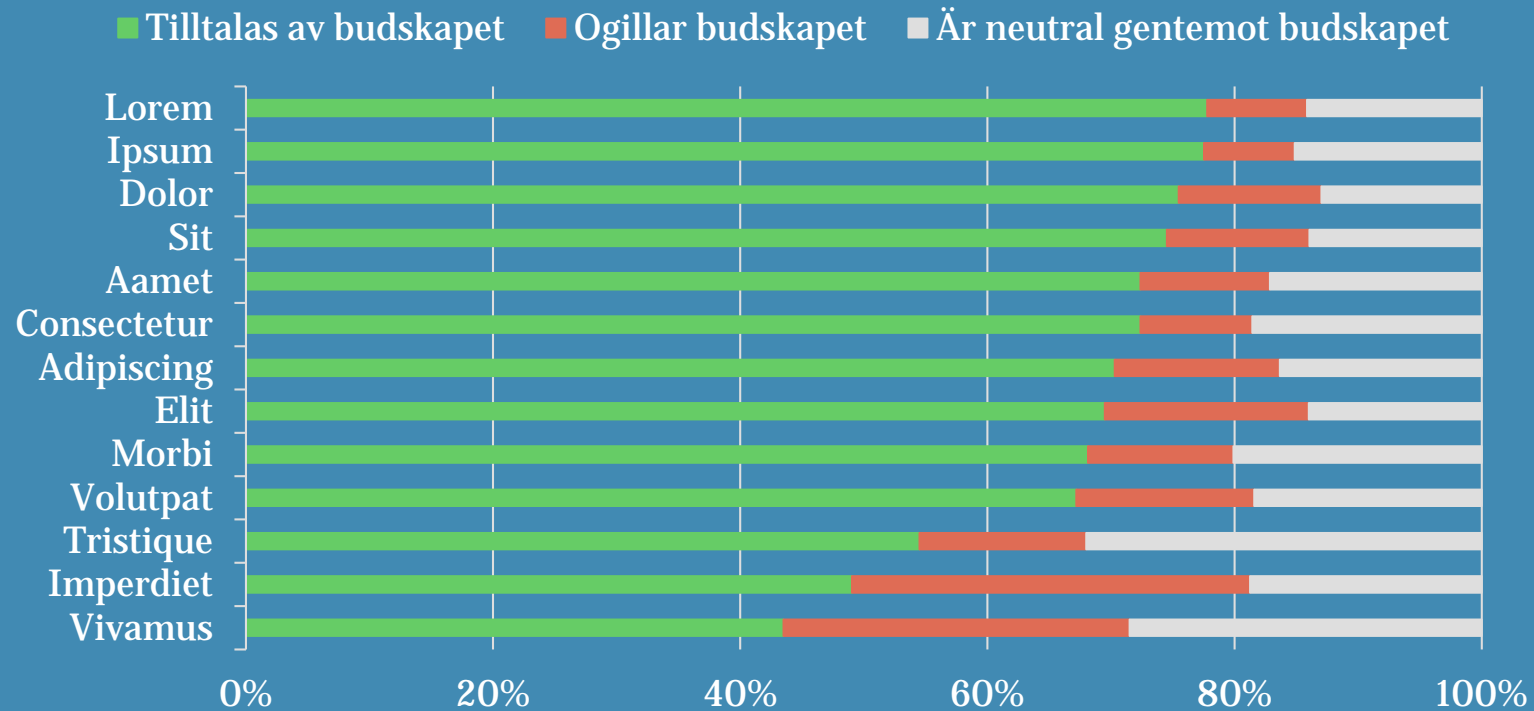


2. ENGAGERA MERA!

Använd din kreativitet och beskriv exakt två budskap som du tänker dig att reklamfilmen vill förmedla.

3. LÅT IP JOBBA!

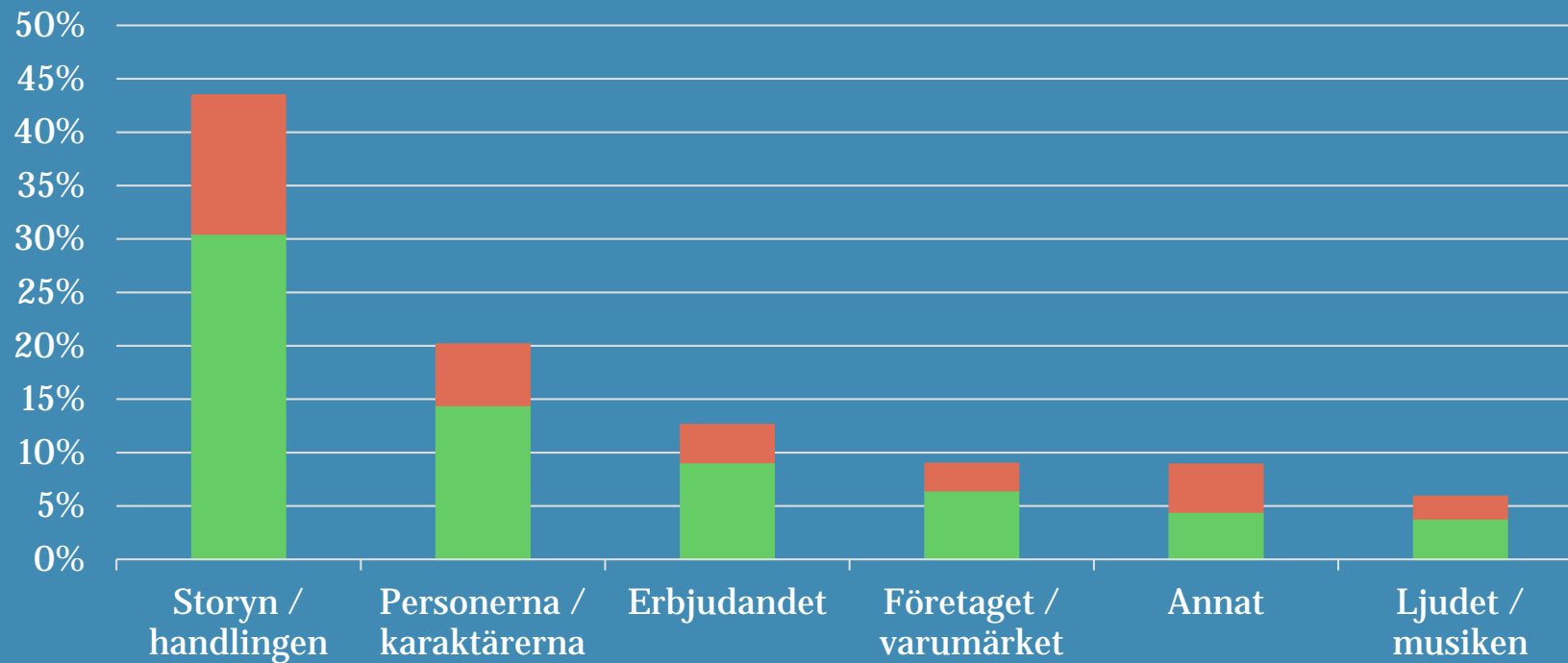
För de två budskapen du beskrivit – välj om du...



3. LÅT IP JOBBA!

Associationskategorisering

■ Positiv association ■ Negativ association

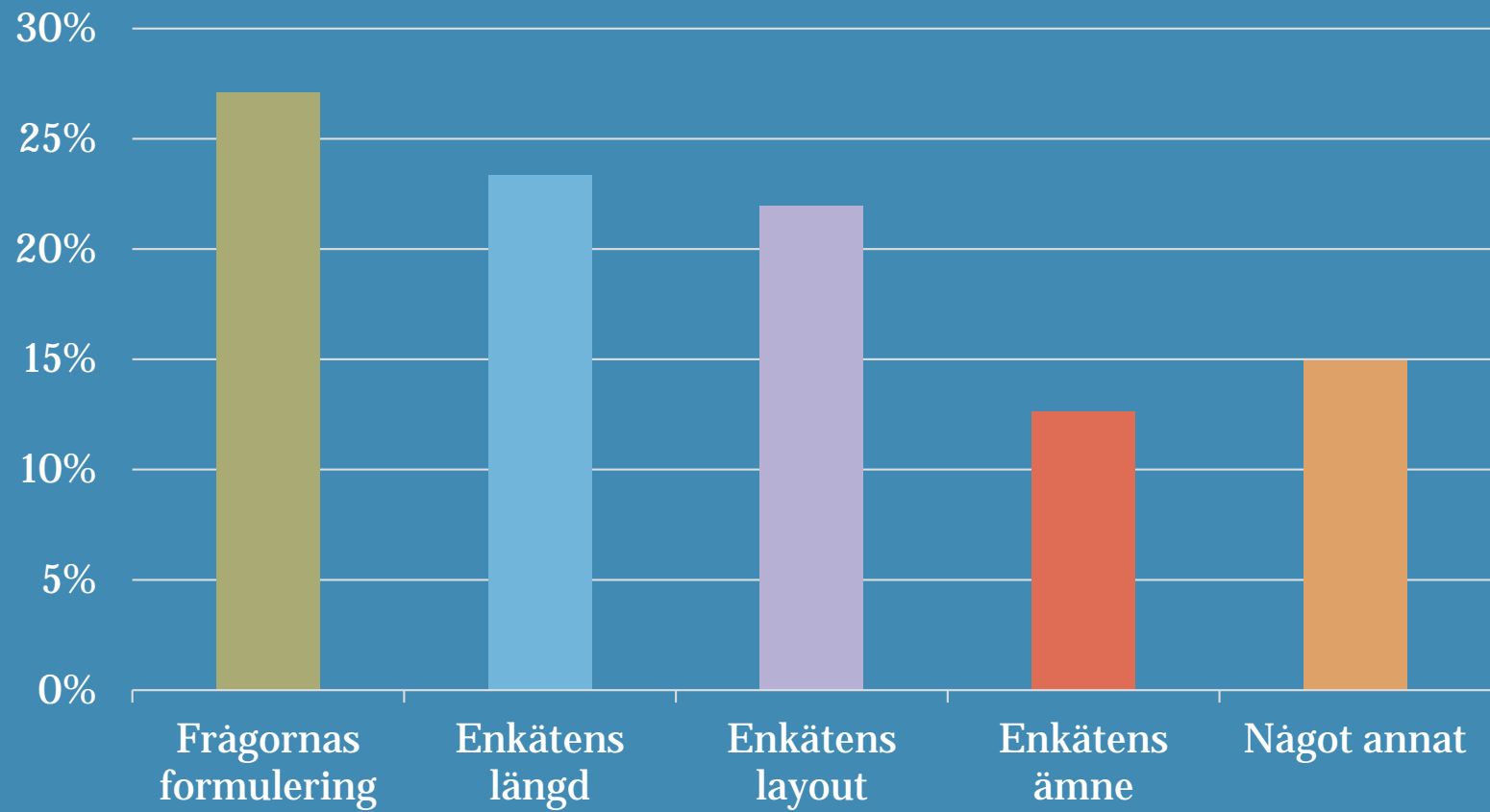


2. ENGAGERA MERA!

Vilka är de två viktigaste tipsen / idéerna kring enkäter som du skulle vilja förmedla till oss och de företag vi hjälper med enkäter?

Tips om enkäter!

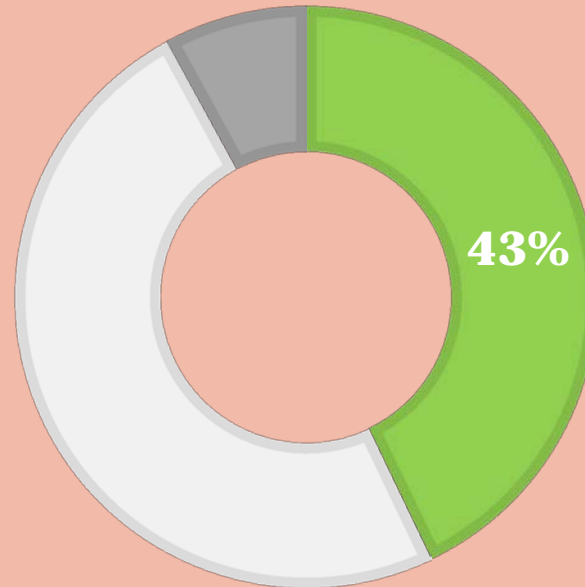
3. LÅT IP JOBBBA!



**VAD TYCKER
RESPONDENTERNA?**

VAD TYCKER RESPONDENTERNA?

■ Mer engagerande ■ Ingen skillnad ■ Mindre engagerande



Reklamfilmstest via Cints webbpaneler: ca 5000 svar (50 olika mätningar) sedan 2013

VAD TYCKER RESPONDENTERNA?

Jag gillar konceptet att jag får "svara" på mina egna åsikter; dvs. att jag först får skriva en text och sedan i nästa fråga får värdesätta mitt eget svar. Det är också ett roligare upplägg än undersökningarna där man får svara på frågor som "Beskriv i vilken utsträckning du känner dig...." och så får man en skala på 1-10 typ. Alternativen man får kan vara "slapp", "neurotisk", "energisk", "nervös", "lycklig" osv. Och då kan det handla om en nylanserad bil....

Den här enkäten var rolig och intressant eftersom den engagerade mig som deltagare känslomässigt. Många enkäter kan ha en tendens att vara mycket långa, upprepande och ganska tråkiga. Många av frågorna kan dessutom vara ganska malplacerade. Men i den här enkäten kändes allt genomtänkt och intressant.

För att den bad om ens faktiska tankar och åsikter om någonting som man kan analysera och tycka till om. Det är lätt att göra så med en reklamfilm, vad produkten än är, till skillnad från många andra undersökningar där man ska ge sin åsikt om saker som man inte alls känner att man vet tillräckligt eller bryr sig om.

Det var roligt att kunna få associera fritt och skriva mer löpande om ens tankar. Säkerligen mycket mer tidsödande att analysera för er hehe, men då undersökningen inte var alltför lång så kändes det helt som en rimligt tidsåtgång för mig.

Jag har sett allt för många undersökningar där man ska räkna upp företag man känner till och sen kryssa för vilka man hört talas om. Sen kommer en oändlig lista på kriterier som man ska värdera där det inte ens finns ett vet inte-alternativ. Dessa undersökningar har jag slutat att svara på.

Jag hade möjlighet att verkligen skriva vad jag tyckte och tänkte samt kategorisera sakerna positivt eller negativt. Mycket bra. Det ger även uppdragsgivarna en bättre syn över vad vi tycker.

då varje fråga kräver egenformulerade svar är man ju så illa tvungen att engagera sig i vad man skriver - även om det inte automatiskt innebär att man är mer engagerad i att ha åsikter om det undersökande företaget

Gillar den här friheten och att man uppmuntrar till "kreativitet", utan att man tvingar på något jobbigt. Gillade även nya designspråket vad gäller typsnitt osv.

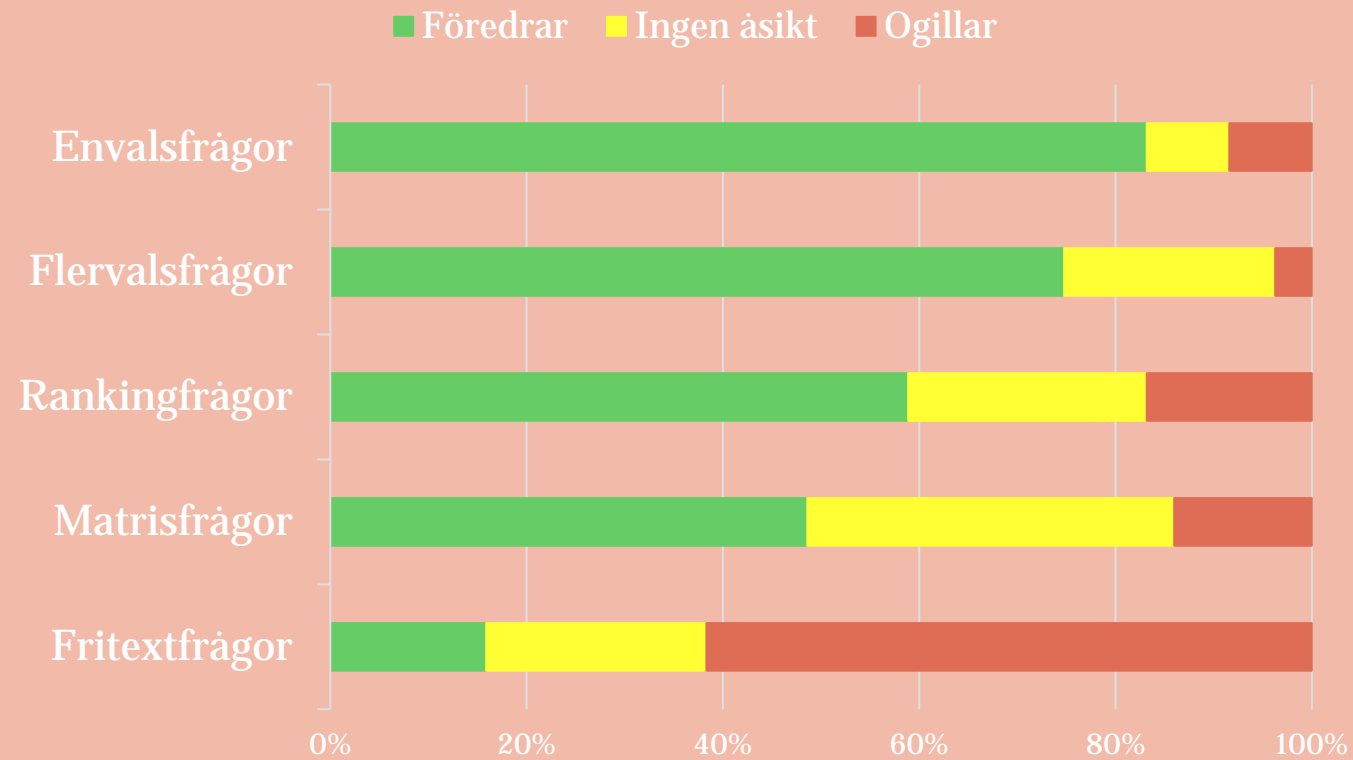
Man får skriva med egna ord och inte tvingas välja nåt färdigt alternativ som ändå inte stämmer med det man tycker. Undersökningar som dessa kräver mycket av sin skapare...

Det var mer känsla. Svaren fick en djupare mening o man fick tänka efter mer. Att förmedla en speciell känsla istället för en vanlig rutinundersökning.

Roligt och ovant att associera fritt. Det ger ett ökat engagemang, speciellt för oss som tar undersökningarna på allvar och tycker att det är roligt. Mer sådant!

Det är kul att slippa läsa massa alternativ och i slutändan tröttna och bara klicka på måfå, vilket leder till en mer personlig och rolig enkät.

VAD TYCKER RESPONDENTERNA?



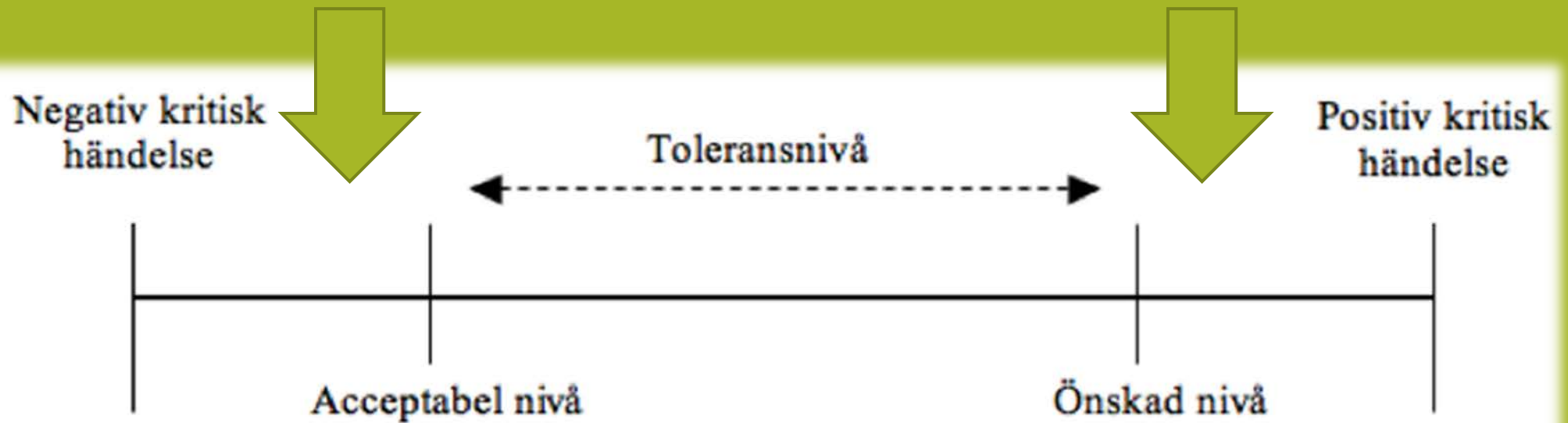
LITE TEORI

ATT MÄTA UPPLEVD TJÄNSTEKVALITET

**Attributbaserade
mätmetoder**

**Händelsebaserade
mätmetoder**

VAD FÅNGAR VI?

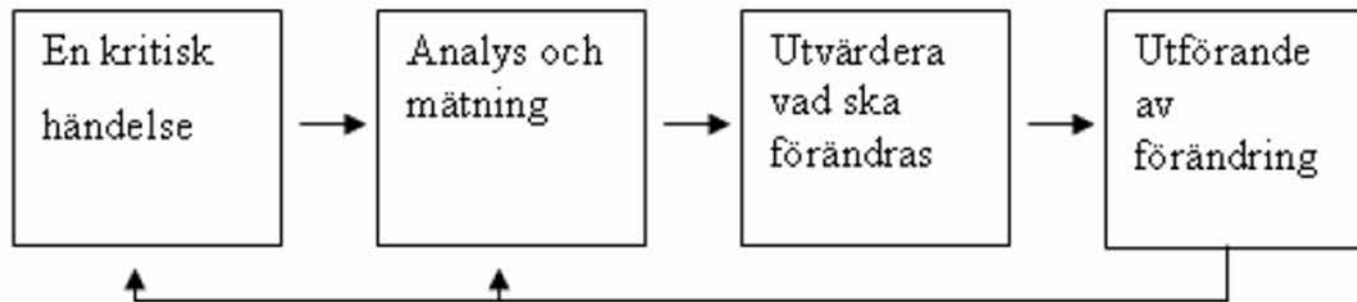


Figur 3: Tjänstekvalitetsskala. (Källa: Odekerken-Schröder et al. 2000)

MOTIVATIONSTEORI



KONKRET UNDERLAG TILL FÖRBÄTTRING



Figur 4: Kritiska händelser som utgångspunkt för förbättringsarbetet. (Källa: Edvardsson, 1988)

1. VÄND PÅ ENKÄTEN!

2. ENGAGERA MERA!

3. LÅT IP JOBBA!

כה