

Design Toolkit

Mètodes

Enquesta



Fets

-  **Durada**
Llarga
-  **Dificultat**
Alta
-  **Expertesa**
Mitjana
-  **Participants**
Molts

Clasificació

Quantitatiu	✓
Qualitatiu	✗
Amb usuaris	✓
Expert	✗
Exploratori	✓
Síntesi	✗

Què és?

L'enquesta és una tècnica quantitativa. Per això, s'ha de fer entre una mostra representativa de participants. Per a obtenir les dades s'usen qüestionaris o formularis estructurats amb preguntes que recullen idealment totes les alternatives possibles de resposta.

El disseny del qüestionari és clau per a garantir que la informació obtinguda sigui rellevant per als objectius de la fase i del projecte, per la qual cosa sovint s'opta per una fase qualitativa inicial els resultats de la qual permetran definir els ítems del qüestionari i les respostes possibles.

Tenint en compte la importància del qüestionari i, sobretot, el fet que normalment no hi ha contacte directe amb la persona que respon, és interessant fer un petit test de l'enquesta abans d'enviar-la a tota la mostra. Amb 3 o 5 persones n'hi ha prou per a saber si les preguntes s'entenen, si les respostes són pertinents, el temps que es tarda a contestar el qüestionari, etc. Tot això determinarà la qualitat dels resultats, ajudarà a reduir l'abandó a mitja enquesta, etc.

Quan?

En la fase inicial de la investigació, a l'hora de recollir la informació.

També s'utilitzen en la fase d'avaluació i serveixen per a validar o avaluar propostes de solució.

Com?

- Disseny de l'enquesta
El disseny de l'enquesta comença necessàriament per tenir clars els objectius de la investigació, és a dir, què és allò que volem saber sobre els usuaris del nostre producte.
El disseny de l'enquesta inclou la definició de les preguntes, la selecció de l'eina i el disseny de la mateixa enquesta: explicació de l'enquesta, dividir les preguntes en blocs, descripció de cada bloc, definició de la informació que es proporciona al participant (temps necessari de la realització, a quin bloc es troba, temps estimat per a acabar, etc.).

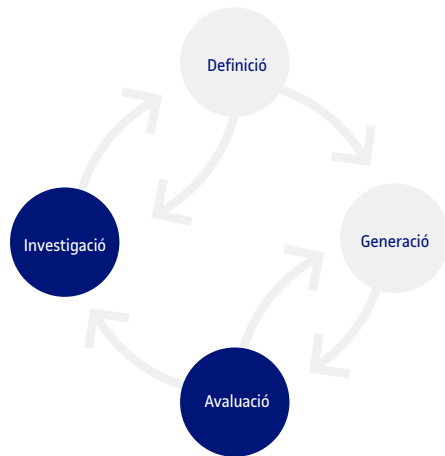
Generatiu



Avaluació



Etapa



- **Testeig i refinament**
Abans d'enviar l'enquesta a la mostra és important fer una avaluació d'aquesta amb un grup reduït de participants. Això ens permetrà identificar si les preguntes s'entenen, si les respostes que es reben ens resulten pertinents, el temps que es tarda a contestar el qüestionari, etc.
- **Selecció de la mostra**
La selecció de la mostra normalment es realitza al principi del procés d'investigació, quan es defineixen els objectius. El perfil dels participants s'ha de correspondre amb el perfil de l'usuari del producte al qual s'adreça el projecte.
- **Enviament**
Actualment la majoria d'enquestes es realitzen en línia, a través d'una eina específica de programari que ens permet monitoritzar la mostra i el nombre de respostes. També es poden realitzar telefònicament amb un operador que llegeix les preguntes i pren nota de les respostes. Aquesta segona modalitat té un cost econòmic i de temps major que la modalitat en línia, encara que permet segmentar millor la mostra ja que en una resposta en línia no sempre sabem del cert a qui arriba i qui respon.
- **Anàlisi de les respostes**
Un cop finalitzat el període de recollida de respostes, es porta a terme la seva anàlisi. Aquesta anàlisi és estadística encara que si l'enquesta incorpora preguntes amb resposta oberta caldrà tractar-les d'una manera específica.

Avantatges

Aquest mètode permet obtenir informació d'una manera remota, sense que els participants hagin de ser-hi presents. El seu principal avantatge és que la informació que s'obté té una significació estadística.

Ben realitzades, les enquestes ens permeten recollir informació per a dissenyar millor per als usuaris, segmentar els perfils d'usuaris i proporcionar informació quantitativa sobre la definició del projecte a tots els implicats.

Inconvenients

A diferència dels mètodes qualitius, en les enquestes és més difícil saber el que els usuaris fan realment, i la qualitat i veracitat de la informació que es recull depèn força del disseny del qüestionari.

Referències

HANINGTON, B.; MARTIN, B. (2012). *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and*

design effective solutions. Rockport Publishers.

LAZAR, J.; HEIDI FENG, J.; HOCHHEISER, H. (2017). *Research methods in human-computer interaction*. Morgan Kaufmann.

COURAGE, C.; BAXTER, K. (2005). *Understanding your users: A practical guide to user requirements methods, tools, and techniques*. Gulf Professional Publishing.

Better User Research Through Surveys. UX Mastery.

<http://uxmastery.com/better-user-research-through-surveys/>