

Van onderzoeksvragen naar een **topiclist**

Hoofdvraag

Wat is de ideale inrichting van de social media-activiteiten voor klimhal De Fabriek om via social media nieuwe klimmers te werven en bestaande klimmers te binden?

Deel- en subdeelvragen (Veld)

Wat zijn de behoeften van de doelgroep ten aanzien van social media van klimhal De Fabriek?

- Wat is het socialmediagedrag van de doelgroep?
- Wat zijn do's en don'ts voor de doelgroep op social media?
- Wat is de beleving van de doelgroep bij sporten en boulderen?
- Wat is de beleving van de doelgroep bij klimhal De Fabriek?

Hoe van deelvraag naar topiclist?

Concreet maken van subdeelvragen

Centrale onderwerpen meenemen

Resultaten uit literatuuronderzoek meenemen

Trechter (algemeen naar specifiek)

Stimulusmateriaal

Fit met techniek

Met opmerkingen [ME1]: Dit is een voorbeeld. Vandaar dat in dit geval een kader is toegevoegd met de onderzoeksvragen. Door onderstaande topiclist tijdens interviews met de doelgroep te gebruiken, kun je de deel- en subdeelvragen in het kader beantwoorden.

Voorbeeld topiclist

Introductie

3 min

- Naam interviewer
- Uitleg doel van het interview
- Anonimiteit van bijdrage van respondent
- Toestemming vragen voor audio-opname

Met opmerkingen [ME2]: Een topiclist bestaat uit drie onderdelen:

1. Introductie
2. Het gesprek
3. Afsluiting

Sportbeleving

7 min

Instructie interviewer: leg uit dat je eerst wilt praten over sport en sportbeleving.

Openingsvraag: welke sport(en) doe je?

- Hoe sport je?
 - Met welke frequentie?
 - Trainen/ wedstrijden?
 - Met club/ met groep/ individueel?
- Waarom doe je aan sport?
 - Instructie: vraag door naar achterliggende motivaties
- Wat is je mooiste sportbeleving? Waarom?
- Wat is je grootste sportdroom? Waarom?

Met opmerkingen [ME3]: Het is relevant om eerst over het centrale onderwerp te praten, namelijk sport/ boulderen. Dit heeft twee redenen:

1. Voor respondenten een goede 'opwarmer' in het onderwerp.
2. Belangrijker: je hoort wat *top of mind is* in de beleving bij het onderwerp. Dit kan heel goede haakjes opleveren voor bijvoorbeeld social media-content.

- In hoeverre volg je sport(en)? Welke? Waarom?
- Hoe volg je deze sport(en)?
 - Met welke frequentie?
 - Via welke apparaten?
 - Via welke media?
- Wat waren in de afgelopen maanden voor jou indrukwekkende events en/ of berichten in de sport(en) die je volgt? Waarom?

Social media

20 min

Instructie: leg uit je dat je verder wilt praten over social media. Benoem dat je eerst over social media in het algemeen en vervolgens op social in relatie tot sport wilt praten.

Openingsvraag: welke social media gebruik je?

Met opmerkingen [ME4]: Elk topic bevat:

1. Een instructie voor de interviewer
 2. Een openingsvraag (algemene, eenvoudige vraag)
- Een indicatie van het aantal minuten waarbinnen je het topic bespreekt

Algemeen

- Waarom gebruik je deze social media? Waarom andere social media niet?
- Hoe gebruik je deze social media (bespreek met medium):
 - Gebruiksfrequentie
 - Gebruiksmomenten
 - Duur van gebruik per gebruiksmoment
 - Reden(en) van gebruik (check functionele en emotionele redenen)
 - Mate van contact met anderen
- Wat spreekt jou aan op social media? Waarom?
 - **Instructie:** denk aan type content
- Wat zijn je grootste ergernissen op social media? Waarom?
- Wat zijn volgens jou op dit moment trends/ ontwikkelingen op social media? Wat vind je daarvan?
- In hoeverre volg je merken en/ of influencers via social media?
- Waarom volg je deze merken en/ of influencers via social media?
- Wat vind jij goede voorbeelden van merken en/ of influencers die succesvol met jou communiceren via social media? Waarom zijn dit voor jou goede voorbeelden?
 - **Instructie:** vraag om meerdere voorbeelden en vraag goed door naar de kenmerken van dit goede voorbeeld
 - **Instructie:** vraag ook naar voorbeelden van sportmerken/ influencers
- Wat zijn voor jou voorbeelden van merken die juist slecht met jou communiceren via social media? Waarom zijn dit voor jou goede voorbeelden?
 - **Instructie:** vraag om meerdere voorbeelden en vraag goed door naar de kenmerken van dit slechte voorbeeld

Sport

- Op welke manier consumeer je social media-content als het om sport gaat? Waarom?
- Wat voor type content kijk je het liefst op social media? Waarom?
 - **Instructie:** check inspiratie, humor, menselijke content, live-content

Met opmerkingen [ME5]: Dit is een voorbeeld van het invoegen van bevindingen uit het literatuuronderzoek. Op deze manier check je in hoeverre de bevindingen uit het literatuuronderzoek ook gelden voor de onderzoeksdoelgroep.

De Fabriek

15 min

Instructie interviewer: leg uit dat je tot slot wilt praten over De Fabriek.

Met opmerkingen [ME6]: Voorbeeld van trechteren. Eerst praten over sport en social media, daarna pas specifiek over de opdrachtgever.

Klanten

Openingsvraag: wat is je beeld van De Fabriek?

- Hoe is dat beeld ontstaan?
- In hoeverre volg je De Fabriek via social media? **Waarom?**
- Wat vind je van de social media-activiteiten van De Fabriek? **Waarom?**
 - Instructie: vraag naar positieve en negatieve kenmerken
 - Instructie: vraag eerst op spontaan niveau. Kijk vervolgens samen naar de social media-kanalen van De Fabriek en evalueer de kanalen en content
- Wat zijn je wensen en behoeften ten aanzien van de social media-activiteiten van de Fabriek? **Waarom?**
 - Post-frequentie?
 - Type content (thema's, rubrieken, beeld, copy, etc.)?
- Wat kan De Fabriek in jouw ogen leren van merken die succesvol gebruik maken van social media? **Waarom?**

Met opmerkingen [ME7]: Het ligt voor de hand: *vraag door*. Cruciaal.

Niet-klanten

Openingsvraag: in hoeverre ken je De Fabriek?

- Hoe is dat beeld ontstaan? Of: wat zijn je associaties op basis van de naam?
- Wat vind je van de social media-activiteiten van De Fabriek? **Waarom?**
 - Instructie: kijk samen naar de social media-kanalen van De Fabriek en evalueer de kanalen en content
 - Instructie: vraag naar positieve en negatieve kenmerken
- In hoeverre triggeren de huidige social media-activiteiten van De Fabriek je om
- Hoe kan De Fabriek via social media jouw aandacht triggeren om te boulderen (bij de Fabriek?)
 - Post-frequentie?
 - Type content (thema's, rubrieken, beeld, copy, etc.)?
- Wat kan De Fabriek in jouw ogen leren van merken die succesvol gebruik maken van social media? **Waarom?**

Stimulusmateriaal voor zowel klanten als niet-klanten

Instructie: leg uit dat je verschillende social media-uitingen gaat voorleggen en benieuwd bent welke uiting het meest aanspreekt. Vraag de respondent om de vier uitingen te ranken van 1 naar 4.

- **Waarom heb je de uitingen zo gerankt? Bespreek elke uiting.**

Met opmerkingen [ME8]: Het werkt vaak goed om tijdens een gesprek stimulusmateriaal aan respondenten voor te leggen.

We kunnen maar tot op zekere hoogte uit ons blote hoofd een mening geven. Dit wordt vaak eenvoudiger, wanneer we bijvoorbeeld uitingen voorleggen en respondenten vragen hierop te reageren.

In een exploratief gesprek (zoals in dit voorbeeld het geval) leg je stimulusmateriaal vaak pas richting het einde van het gesprek voor. Wil je uitingen vooral testen? Dan start je vaak met de uitingen.

Afsluiting**5 min**

Instructie interviewer: leg uit dat je het gesprek tot slot gezamenlijk wilt samenvatten.

- Hamvraag: stel dat jij de opdracht krijgt om de social media-activiteiten van De Fabriek te optimaliseren om jou als klant te interesseren, wat zou je dan doen? Wat zou je zeker niet doen?

Instructie interviewer: bedanken voor deelname