




NPSO Studie namiddag paradata

Gebruik van paradata bij het managen van een survey organisatie.

Index

1. Inleiding p. 3
2. Waarom paradata verzamelen ? p. 5
3. Welke paradata verzamelen ? p. 8
4. Hoe gebruiken wij deze paradata ? Enkele selecties, ter illustratie p. 20
5. Tot slot p. 43



NPSO Studie namiddag paradata

Gebruik van paradata bij het
managen van een survey
organisatie.

TNS Belgium

Auteur
Luc Schulpen - MD TNS
Dimarso



Inleiding

NPSO Studie namiddag paradata

Inleiding

- Voorstelling
- Doelstelling van deze bijdrage



Waarom paradata verzamelen ?

NPSO Studie namiddag paradata

1. Waarom paradata verzamelen ?

Managen van een survey organisatie is een complex gegeven

- Wetenschappelijke eisen (kwaliteit)
- Budgettaire grenzen
- Logistieke omkadering (technisch, fysisch)
- Menselijke component (controle, motivatie)
- Beperkingen van tijd
- Combinatie van projecten - work load

1. Waarom paradata verzamelen ?

Gebruik van paradata is daarom een noodzaak

- Monitoring intern en rapportering naar opdrachtgever
- Kwalitatieve eisen bewaken (inhoud en proces)
- Productiviteit/efficiëntie :
 - kosten (optimalisatie schaarse middelen)
 - motivatie (en dus weer kwaliteit)
- Opsporen van anomalieën - onbedoelde effecten (vb vragenlijst)



Welke paradata verzamelen ?

NPSO Studie namiddag paradata

2. Welke paradata verzamelen ?

■ Keuze afhankelijk van

- Methode van dataverzameling
- Beschikbaarheid van gegevens (technische mogelijkheden)
- Doelstelling en prioriteiten
- Capaciteit om verzamelde data te verwerken
- Actionability

2. Welke paradata verzamelen ?

- Selectie van enkele cruciale paradata zoals gebruikt door TNS B in management van surveys
- Voorbeelden uit f2f (capi) of tel (cati), dus interviewer-ondersteund
- Zonder referentie, tenzij mits toestemming van de opdrachtgever

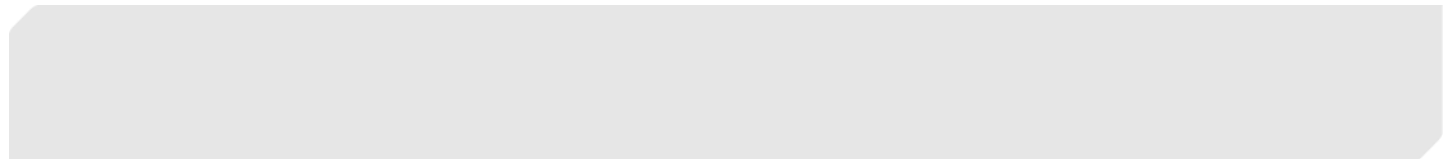
2. Welke paradata verzamelen ?

Contactgegevens (historiek)

Voor elk contact, voor elk "adres" (=potentiële respondent) :

- datum
- uur
- resultaat

Detail varieert naar project (opdrachtgever) : vb reden van weigering



2. Welke paradata verzamelen ?

Tijdsregistratie

- Automatisch (capi, cati, online)
- Totale duurtijd
- Modules (te definiëren)
- Specifieke vragen
- Validering tijdsgegevens in contactregistratie



2. Welke paradata verzamelen ?

Kenmerken van interviewers

- Geslacht
- Leeftijd
- Ervaring
- Past performance (kwantiteit, respons, kwaliteit verzamelde data, respect voor timing)
- Voorkeur



2. Welke paradata verzamelen ?

Kenmerken van sample unit

- Regio
- Verstedelijking
- Demografisch profiel



2. Welke paradata verzamelen ?

Financiële informatie

- Niet in courante inventaris
- "Process" data ?
- Noodzakelijk voor management
- Kostprijs per interview
- Verplaatsing
- Uren supervisie en field management



2. Welke paradata verzamelen ?

Kwaliteit van de verzamelde gegevens

- 1 Duurtijd (zie boven)
- 1 Validatie
- 1 Antwoordpatronen





Hoe gebruiken wij deze paradata ? Enkele selecties, ter illustratie

NPSO Studie namiddag paradata

Contactgegevens

Analyse op niveau van het adres/contact (1)

- Doelstelling : respect voor de opgegeven contactprocedure (dagen, uren, aantal pogingen)
- Automatische controle op elk nieuw contact
- Parameters aan te passen aan project
- Manuele "acceptatie" in geval van aanvaardbare afwijking
- Bijsturing door supervisie in geval van acute problemen
- Feed back naar interviewers aan de hand van een individueel rapportje

Noot : automatisch gestuurd binnen cati omgeving

Contactgegevens

Analyse op niveau van het adres/contact (2)

Doelstelling : coaching en ontwikkelen interviewers

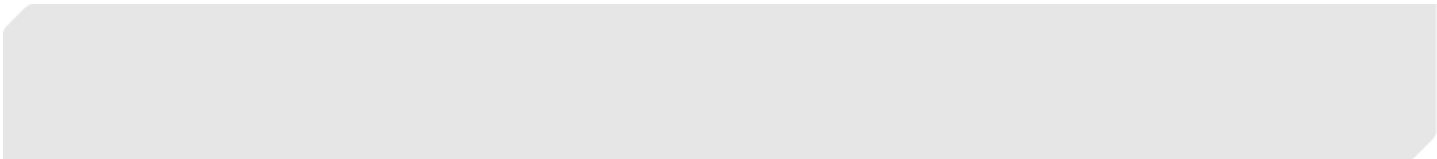
- Individueel rapport tijdens een project

- Registratie in FMS :
 - monitoren ontwikkeling over de tijd
 - basis voor selectie
 - nood aan bijkomende training (binnen project - in het algemeen)

Contactgegevens

Analyse op niveau van het project (1)

Doelstelling :

- opvolgen vordering project (per sampling unit/interviewer en in totaal)
 - rapportering
-
- Stand van zaken per adres en gecumuleerd per interviewer, regio, ...
 - Rapportering intern en naar opdrachtgever
 - Bijsturing door supervisie
- 

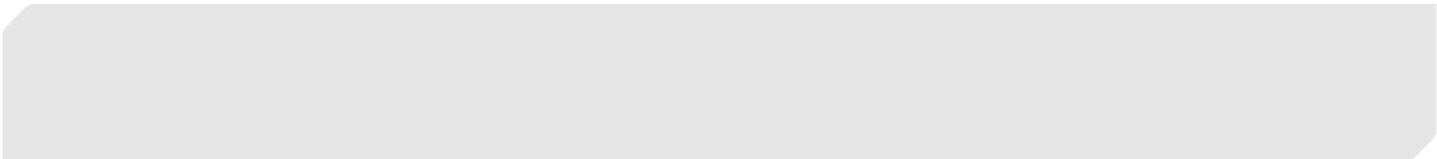
Contactgegevens

Analyse per interviewer (1)

Doelstelling :

- opvolgen en bijsturen performance per interviewer
 - bewaken respons
-
- Responsoverzichten per interviewer

 - Vergelijking met referentie
 - Binnen een vergelijkbare groep (kenmerken van sample unit, ...)
 - Rekening houdend met kenmerken van interviewer

 - Bijsturing door supervisie
 - Feed back aan de hand van een individueel rapport
- 

Contactgegevens

Analyse per interviewer (2)

Doelstelling : coaching en ontwikkelen interviewers

- Individueel rapport tijdens een project

- Registratie in FMS :
 - monitoren ontwikkeling over de tijd
 - basis voor selectie
 - nood aan bijkomende training (binnen project - in het algemeen)

Contactgegevens

Analyse per interviewer (3)

Doelstelling : verhogen productiviteit

- Analyse contactpatronen (call patterns)
- Vergelijking met referentie
- Alleen ingrijpen in uitzonderlijke gevallen
- Feed back in persoonlijk contact
- Bijkomende training
- Input training materiaal

Kwaliteit van de verzamelde gegevens

- Tijdsregistratie : zie boven

- Validatie
 - vergelijking met beschikbare achtergrondgegevens
 - herbevraging van selectie van variabelen
 - + telefonisch, schriftelijk
 - + stabiele variabelen
 - informatie van respondenten

- Analyse antwoordpatronen (vb item non-response)

Kwaliteit van de verzamelde gegevens

■ Gebruik

- automatische verwerking
- vergelijking (interview, gemiddelde)
- individuele feed back (ook in FMS)
- training

gettyimages[®]



Tot slot

NPSO Studie namiddag paradata

5. Tot slot

- Gebruik paradata is noodzakelijk voor management van survey organisatie.
- Keuzes moeten gemaakt worden (welke gegevens, welke analyses, welke acties).
- Vereist systematische aanpak en investering in “tools”

5. Tot slot

Enkele overwegingen

- Financiële component : zijn financiële gegevens paradata ?
- Welke paradata te hanteren voor "nieuwe" methoden van dataverzameling
 - (online) panels
 - social media
 - ...
- Relevantie wetenschappelijke analyse en inzicht voor survey praktijk (best practices)
- Hiaten in onze kennis
- Convergentie naar “best practices” in keuze en gebruik (standardisatie, kostenbesparing, vergelijkbaarheid)