

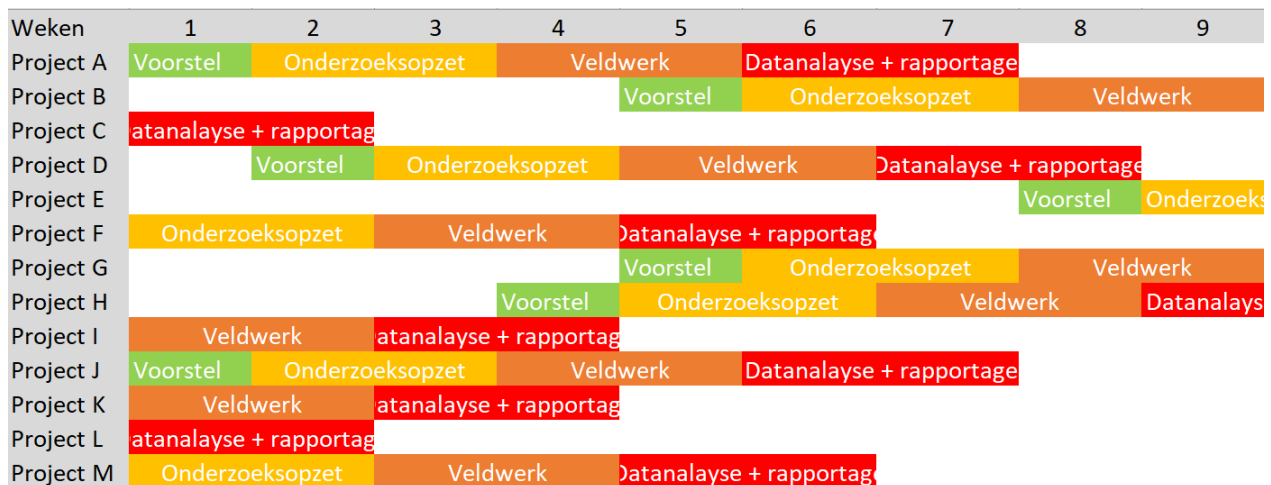
Les 05: Hoe organiseer jij jouw werk?

Het is natuurlijk per persoon nogal verschillend hoe je het liefst werkt. De een maakt lijstjes en houdt alles heel strak bij, de ander heeft zijn eigen georganiseerde chaos. Met dit hoofdstuk willen we het belang duidelijk maken van structuur in je werk. En tevens wat tips & tricks meegeven waardoor je het overzicht kunt houden in de drukte.

Waarom is een goede planning zo belangrijk?

Om te beginnen werk je in marktonderzoek veel met deadlines. Soms gaat het om langlopende projecten zoals trackers waarbij je voor langere periode een bepaald merk volgt, soms gaat het om zogenoemde ad-hoc projecten. Dit zijn initieel eenmalige projecten met een specifiek doel. Het komt vaak voor dat deze projecten last minute worden aangevraagd en de doorlooptijd kort is. Bij de klant ligt vaak veel tijdsdruk en het gebeurt nog weleens dat deze druk wordt 'doorgegeven' aan de bureaus. Ook wordt er nog weleens te laat aangeleverd, maar is het verzoek toch of de initiële deadline aangehouden kan worden. Hier proberen bureaus vaak zo flexibel mogelijk in te zijn. Maar wees wel realistisch over de mogelijkheden.

Naast strakke deadlines heb je te maken met veel verschillende werkzaamheden die na elkaar of langs elkaar lopen en veel verschillende partijen waar je mee te maken krijgt (zie afbeelding 1). Ben je project- of accountmanager dan is het hoofdzakelijk jouw verantwoordelijkheid om projecten in goede banen te leiden, maar ook onderzoekers en consultants vervullen vaak deze functie. Dit kan per bedrijf sterk verschillen, maar je zult hoe dan ook altijd met planningen te maken krijgen.



Afbeelding 1: overzicht van 13 verschillende projecten die in dezelfde periode lopen

Het proces

We zullen nu door het proces van een kwantitatief project heen lopen. Per project kan het proces uiteraard verschillen, maar het geeft je in elk geval een beeld van de complexiteit. Alle stappen in het proces zullen we in latere modules nog doorlopen, dus geen stress als alles niet direct op z'n plek valt.

Daarnaast verschillen ook per bureau vaak de titels. Voornamelijk projectmanager, accountmanager, consultant en onderzoeker worden nogal weleens door elkaar heen gebruikt.



Afbeelding 2: voorbeeld van overzicht van onderzoeksproces

Onderstaand overzicht doorloopt alle stappen van het onderzoeksproces (zie ook afbeelding 2):

- Klantvraag → Het proces start vaak bij de klantvraag. Een partij kan het bedrijf benaderen of via acquisitie bij het bedrijf terecht gekomen zijn. Ook kan het natuurlijk zo zijn dat de opdrachtgever al vaker met het desbetreffende bedrijf heeft samengewerkt.
- Voorstel → Op basis van de aanvraag wordt een voorstel geschreven waarin wordt besproken op welke vragen de opdrachtgever antwoord wil, wat voor soort onderzoek hierbij past, welke doelgroep van belang is en welke kosten hier aan verbonden zijn. Bij sommige bedrijven zal een specifiek **sales team** dit stuk oppakken, bij andere bedrijven is de **consultant** of de **projectmanager** of **onderzoeker** verantwoordelijk voor dit onderdeel. Zo'n voorstel gaat vaak nog een aantal keer heen en weer voordat er akkoord op wordt gegeven. Soms is het onderzoek zelfs al begonnen voor een voorstel definitief is.
- Briefing → De briefing is idealiter met al de direct betrokken partijen: **klant**, **consultant** en **onderzoeker**. De insteek van het onderzoek moet na deze briefing voor iedereen helemaal duidelijk zijn.
- Ontwikkelen vragenlijst → In het geval van kwantitatief onderzoek zal er nu een vragenlijst wordt ontwikkeld. Vaak pakt de **projectmanager/ onderzoeker** of **consultant** dit op. In sommige gevallen levert de klant zelf een vragenlijst aan en wordt deze tegengelezen. Je kan ervan uitgaan dat er in zo'n geval nog aardig wat moet gebeuren. Want vaak staan scriptersinstructies hier bijvoorbeeld nog niet in. Bovendien moet worden bepaald of er quota's nodig zijn, zodat niet bijvoorbeeld alleen maar vrouwen het onderzoek invullen terwijl je ook graag mannen in het onderzoek had willen hebben. In

het geval van een campagneonderzoek zijn vaak ook de creaties nodig. Deze levert de klant aan of worden door de **projectmanager** direct opgevraagd bij het reclamebureau.

- Goedkeuren vragenlijst door klant → Zodra de vragenlijst af is wordt deze vaak nog gedeeld met de **klant**, die hier een definitief akkoord op geeft. Ook in dit proces zal de vragenlijst vaak nog een aantal keren heen en weer gaan tussen bureau en opdrachtgever totdat een definitieve vragenlijst is goedgekeurd.
- Scripten vragenlijst → Zodra de vragenlijst definitief is wordt deze door de **scripters** geprogrammeerd. Soms ligt deze verantwoordelijkheid ook bij de projectmanagers/onderzoekers, dit verschilt per bureau. Vaak is er een 'klant-vragenlijst' en een versie voor de scripters waarbij meer instructies staan. Deze worden in deze stap toegevoegd door de **projectmanager**.
- Testen vragenlijst (gaat vaak aantal keren heen en weer) → In de situatie dat de scripters de vragenlijst programmeren is het de taak van de **projectmanager** om de vragenlijst te testen. Er wordt hierbij onder andere getest op juistheid en volledigheid van de vragen, de routing en selectie. Hier zullen we nog op terugkomen in de latere module 'vragenlijst ontwikkelen'. In sommige gevallen zal de **klant** de vragenlijst ook nog (willen) checken.
- Steekproef trekken → Terwijl de vragenlijst ontwikkeld wordt, wordt vaak de steekproef al getrokken. Dit gebeurt door de projectmanager, een intern **panel team** of er wordt een **extern panel** gebruikt. In dat geval geeft de **projectmanager** alleen het gewenste aantal respondenten door.
- Soft launch onderzoek → Zodra de **scripter** de laatste aanpassingen heeft gemaakt en de steekproef is getrokken door de **panelverantwoordelijke** kan de soft launch plaatsvinden. Dit wil zeggen dat er een klein percentage, vaak 10%, van de steekproef wordt uitgestuurd.
- Softlaunch check onderzoek → Zodra het eerste plukje binnen is kan er op de echte respondenten worden gecheckt. Een data file moet worden uitgedraaid vanuit het **panelteam** en de check ligt of daar, of bij de **projectmanager**.
- Full launch onderzoek → Zodra de softlaunch check gedaan is, kan het onderzoek live. De **projectmanager** geeft hierop akkoord aan het **panelteam**.
- Veldwerk monitoring → Tijdens het veldwerk houdt de projectmanager in de gaten of het veldwerk goed binnen komt. Komen er genoeg respondenten in het onderzoek en zijn zij een goede representatie van de samenleving? Zo niet, dan zal er opnieuw een steekproef moeten worden getrokken en uitgestuurd.
- Check data wanneer onderzoek vol is → Zodra het onderzoek vol is zal er een check op de gehele dataset plaatsvinden. Er wordt dan onder andere gekeken naar de kwaliteit van de respons.
- Wegen → In veel gevallen wordt een dataset gewogen. De weging wordt vaak gedaan door de **projectmanager**.
- Coderen → Mochten er open antwoorden zijn die gecodeerd moeten worden dan wordt dat door een projectmanager gedaan, of door een speciaal codeerteam.
- Data analyse → Tegelijkertijd of hierna wordt de data-analyse gedaan. Dit doet de **projectmanager** of **onderzoeker**. Niet alleen de respondentendata wordt hier gebruikt. Maar ook de uitzend- en mediaschema's van de **offline en online mediabureau's**. Of verkoopdata om uitgevraagde marktaandeelen te ijkken, of budgetinzet vanuit Nielsen. In sommige gevallen wordt deze analyse gedeeld middels tabellen.

- Rapportage → Voorafgaand aan de rapportage wordt gebriefd met de **klant** de **consultant**, de **onderzoeker** en/of **projectmanager**. Dit kan al tijdens het veldwerk zijn of na de analyse fase. Er wordt besproken wat er wordt opgenomen in de rapportage.
- Rapportage bespreken met consultant → De **onderzoeker** en de **consultant** nemen door wat er in het rapport staat zodat de consultant hier brancherelevante adviezen over kan geven.
- Opleveren rapportage/ presentatie klant → De **consultant** levert het rapport vervolgens op aan de **klant** met of zonder presentatie.
- Feedbackronden → In de meeste gevallen gaat het rapport nog een (aantal) keer heen en weer om het rapport te laten voldoen aan de klantwens.
- Evaluatie → tenslotte een belangrijk onderdeel wat vaak wordt overgeslagen: de evaluatie. Deze kan zowel extern met de klant zijn, als intern. Wat ging goed, wat kon er beter. Vaak gaat dit om procesmatige zaken zoals het gestroomlijnder lopen van een project. Communicatie blijkt hier vaak key.

Nu we het hele proces doorlopen hebben, weet je globaal hoeveel er bij een onderzoek komt kijken. Ook heb je gezien hoeveel verschillende partijen samen aan een project werken. Als projectmanager, onderzoeker, consultant, moet je alle ballen omhoog houden en niet van slechts één project! Een projectmanager kan wel tien of vijftien projecten naast elkaar hebben lopen, dus het is belangrijk overzicht te houden. De volgende tips & tricks kunnen je hierbij helpen.

Tips & tricks

- De planning

Zorg dat vooraf duidelijk is wie de lead neemt op een project. Stem tevens af wie back up is. De back up neemt het project over in jouw afwezigheid, checkt je werk of leest rapportages tegen.

Er zijn verschillende **planningsprogramma's** waarin planningen kunnen worden bijgehouden. Een voorbeeld van een planning ziet er als volgt uit (zie afbeelding 3). De verschillende projecten en de voortgang van het proces zijn hierin terug te zien. Zo kun je per project zien in welke fase het zich bevindt. Per project is vaak ook een detailplanning ontwikkeld. (zie volgende voorbeeld). Hierin wordt vermeld op welk moment en door welke partijen specifieke zaken moeten worden opgepakt. Voorbeelden van dit soort planningsprogramma's zijn: Simplicat, Excel.

Opdrachtnummer	12345
Opdrachtgever	xxx
Team	

Werkzaamheden	Uren	Verantwoordelijke	Functie	Startdatum	Einddatum
Voorstel	2	Dennis	Consultant	01/10/2021	05/10/2021
Briefing	1	Alice	Onderzoeker	19/10/2021	19/10/2021
Planningen maken	0,5	Alice	Onderzoeker	19/10/2021	19/10/2021
Vragenlijst opstellen	4	Alice	Onderzoeker	20/10/2021	21/10/2021
Vragenlijst tegenlezen	1	Bob	Onderzoeker	22/10/2021	22/10/2021
Programmeren vragenlijst	4	Carol	Programmeur	25/10/2021	29/10/2021
Check online vragenlijst	0,5	Alice	Onderzoeker	01/11/2021	01/11/2021
steekproef trekken	0,5	Alice	Onderzoeker	25/10/2021	01/11/2021
start veldwerk	0,5	Carol	Programmeur	02/11/2021	02/11/2021
soft launch check	1	Alice	Onderzoeker	02/11/2021	02/11/2021
einde veldwerk	0,5	Carol	Programmeur	08/11/2021	08/11/2021
kwaliteitscontrole	0,5	Alice	Onderzoeker	08/11/2021	08/11/2021
data analyse	6	Alice	Onderzoeker	08/11/2021	11/11/2021
check data analyse	1	Bob	Onderzoeker	12/11/2021	12/11/2021
rapportage	6	Alice	Onderzoeker	15/11/2021	18/11/2021
rapportage tegenlezen	2	Bob	Onderzoeker	19/11/2021	19/11/2021
Conclusies en aanbevelingen	4	Dennis	Consultant	22/11/2021	24/11/2021
Oplevering	0	Dennis	Consultant	25/11/2021	25/11/2021

Afbeelding 3: voorbeeld van een detailplanning van een project

- Mailbox beheren
 - Tegenwoordig gaat de meeste communicatie via de mail. En dat is maar goed ook, want op deze manier wordt alles gedocumenteerd. Het is dan ook van belang dat je alle belangrijke **afspraken** alle betrokken partijen **digitaal bevestigt**. Op deze manier kun je er altijd naar terugverwijzen en kan er geen onduidelijkheid ontstaan.
 - Maak mappen in je mailbox per project (vb Outlook/Gmail) en archiveer oude mappen als projecten niet meer lopen. Op deze manier houd je overzicht.
 - Mail altijd persoonlijk door iemand direct aan te spreken, maar houd betrokken partijen in de loop door middel van de cc optie. Denk eraan dat personen in de cc geen directe actie hoeven te ondernemen, dus het zou goed kunnen zijn dat zij jouw mail niet (direct) lezen. Wil je dat wel, plaats ze dan in de directe aanhef of gebruik @xxx toe in je bericht. (zie afbeelding 4)
 - Noem in de titel van de mail altijd de projectnaam waarover het gaat en probeer zoveel mogelijk te reageren op een mailthread. Op deze manier houd je je projecten gescheiden en kun je gemakkelijk teruglezen wat er vooraf ging (zie afbeelding 4).

Verzenden	Aan	Ewout Witte (MI Match) <info@mismatch.nl> ; rhea@vanleeuwensc.nl
	CC	Alice@project.nl
Onderwerp		< projectnummer > - < projectnaam > - Onderwerp

Hi Rhea,

Morgen staat de oplevering van <projectnaam> op de planning. Hoe sta jij ervoor?
[@Ewout](#), ik stuur jou zo de laatste input.

Hartelijke groet,

Afbeelding 4: voorbeeld opzet mail

o Uren schrijven

Uren schrijven is voor de meeste mensen niet hun hobby. Toch is het belangrijk bij te houden hoeveel tijd je kwijt bent aan een handeling. Waarom?

- Declarabele uren worden verrekend naar de klant. Non-declarabele uren niet. Op deze manier kan bepaald worden hoeveel een project kost en welke prijs moet worden doorgerekend aan de klant.
- Wanneer bepaalde handelingen meer tijd innemen dan is gepland, kan hier in het vervolg rekening mee worden gehouden. Dan wel door meer tijd te plannen, dan wel door opleiding of automatisering waardoor de efficiëntie toeneemt.
- Als zzp'er is het ook in jouw persoonlijke belang dat je uren goed bijhoudt. In sommige gevallen spreek je vooraf af hoeveel uur je aan een project werkt. Hierbij moet je een goede inschatting kunnen maken van de duur van je werkzaamheden. In andere gevallen werk je op uurbasis en factureer je voor het aantal uren dat je werkzaamheden hebben gekost. Los van het factureren vraagt de Belastingdienst je ook je uren bij te houden. Pas vanaf een x aantal uren (1250, zowel declarabel als non-declarabel) kom je in aanmerking voor bepaalde kortingen.

Een hele klus lijkt het, de projectadministratie. Toch valt het in de praktijk wel mee wanneer je jezelf een bepaalde structuur aanleert die goed bij jou past. En het hoort er nu eenmaal bij. Dus ook met deze uren mag je rekening houden in je beschikbare tijd. Plan eens per week een half uurtje in om, onder het genot van een koffietje, je gemaakte uren in te voeren.