



Schrijven met impact (voor marktonderzoek)

Les 3.3: De beste structuur - Rapportages

In deze les besteden we aandacht aan structuur in rapportages. We zoomen in op uitgebreidere rapportages, bijvoorbeeld in PowerPoint of Keynote.

In een rapportage vertel je ook een verhaal. Een heldere structuur is essentieel om je verhaal goed over te brengen. Maar hoe zorg je voor een heldere structuur en opbouw? Ook voor rapportages hebben sommige bureaus eigen formats en templates. Sommige organisaties werken met een meer traditionele structuur die wat chronologischer van aard is (starten met de resultaten):

1. Inleiding
2. Resultaten
3. Conclusies
4. Advies
5. Onderzoeksverantwoording

Wat steeds vaker voorkomt, is een piramidale structuur die juist andersom is opgezet. Eerst de conclusies en het advies, en daarna pas de resultaten:

1. Inleiding
2. Conclusies
3. Advies
4. Resultaten
5. Onderzoeksverantwoording

Laten we deze onderdelen verder bekijken.

- 1. Inleiding:** hier introduceer je het onderwerp; probeer dit zo pakkend mogelijk te doen, bijvoorbeeld door te refereren aan een relevante actualiteit/nieuwsitem of iets uit een gesprek met de klant. Beschrijf ook de aanleiding van het onderzoek (waarom juist nu onderzoek?) en benoem de centrale onderzoeksvraag. Voeg hier (indien nodig) ook een leeswijzer toe; dit is bijvoorbeeld behulpzaam als je over meerdere subdoelgroepen rapporteert. De onderzoeksvraag kun je eventueel ook apart behandelen. Is deze beknopt? Dan kun je deze ook hier toevoegen.
- 2. Conclusies:** je conclusies (en je advies) zijn vaak het belangrijkste onderdeel van je rapportage; besteed hier dan ook voldoende aandacht aan! Probeer volle tekstslides te vermijden waar je niet snel de kern uithaalt. Een hulpmiddel is het Minto Pyramid Principle. Dit is een mooi raamwerk om enerzijds je eigen gedachten te structureren. En anderzijds om de boodschap eenvoudig,

kernachtig en overtuigend neer te zetten in je rapportage (of presentatie). Het is ontwikkeld door Barbara Minto in de jaren zestig (ja echt!). Zij werkte toen bij McKinsey en heeft o.a. met dit raamwerk nieuwe collega's in korte tijd opgeleid tot goede consultants en schrijvers. Het wordt vandaag de dag nog steeds gebruikt. De Pyramid Principle heeft 3 niveaus:

Minto Pyramid Principle

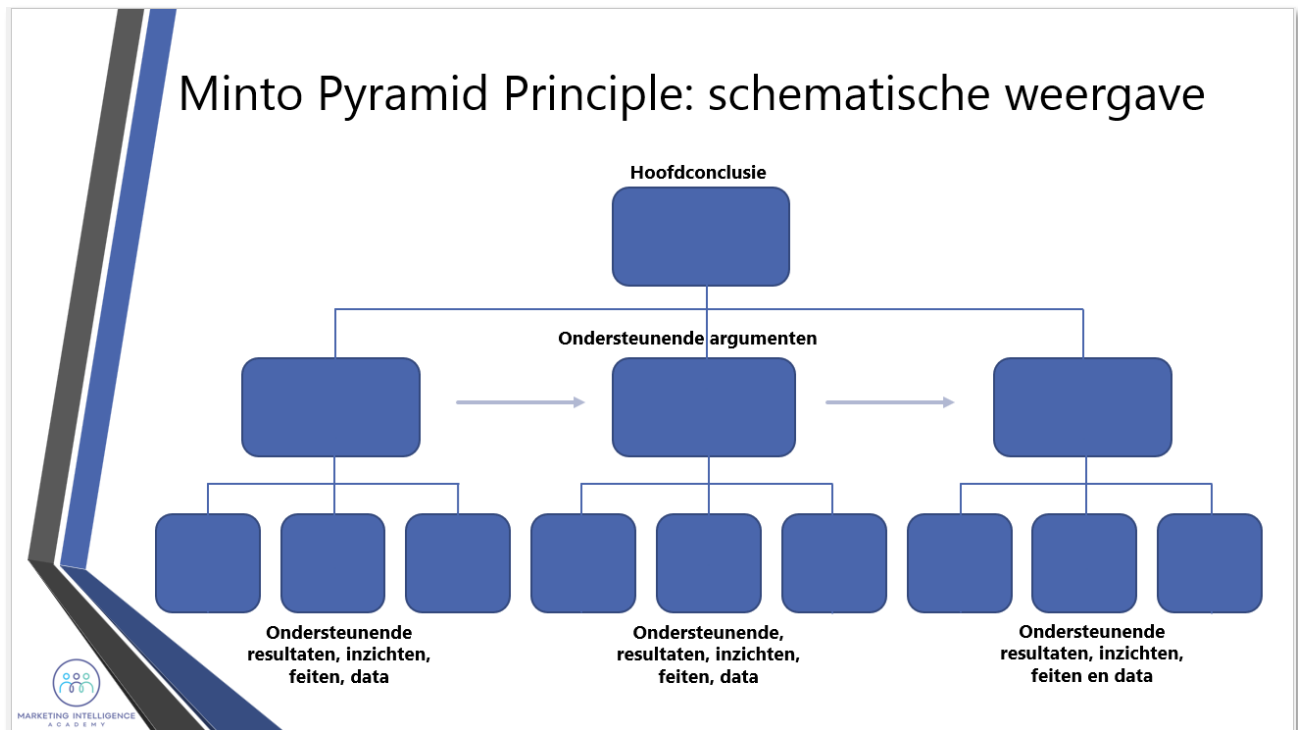


- i. Het antwoord: dit is je hoofdconclusie, oftewel het antwoord op de centrale onderzoeksvraag
 - ii. Argumenten die het antwoord ondersteunen: dit zijn de belangrijkste argumenten die je hoofdconclusie ondersteunen. Waarom ben je tot deze hoofdconclusie gekomen?
 - iii. Resultaten of feiten die je argumenten ondersteunen: dit zijn de belangrijkste resultaten uit het onderzoek die jouw argumenten ondersteunen.
3. **Advies**: hier beschrijf je je adviezen/aanbevelingen op basis van de conclusies die je zojuist hebt beschreven. Je kunt er ook voor kiezen om je adviezen en conclusies te combineren; het hangt vooral af van (de complexiteit van) je onderzoeksvraag of dit haalbaar of wenselijk is. Dit is vooral haalbaar & wenselijk bij een vrij recht toe, recht aan onderzoeksvraag. Bijvoorbeeld of organisatie X voor versie A of B van een brief moet kiezen o.b.v. de beoordeling van de doelgroep. Bij meer complexe onderzoeksvragen is het vaak beter om je conclusies en advies uit elkaar te trekken.
 4. **Resultaten**: hier laat je in meer detail de resultaten van het onderzoek zien. Focus hierbij op de resultaten die je piramide ondersteunen. Wees bij je overige resultaten kritisch of het nodig is om ze hier te behandelen, of dat je ze naar de bijlagen verplaatst. Stem dit ook goed af op je klant (de DISC profielen) en de leesbehoeften.

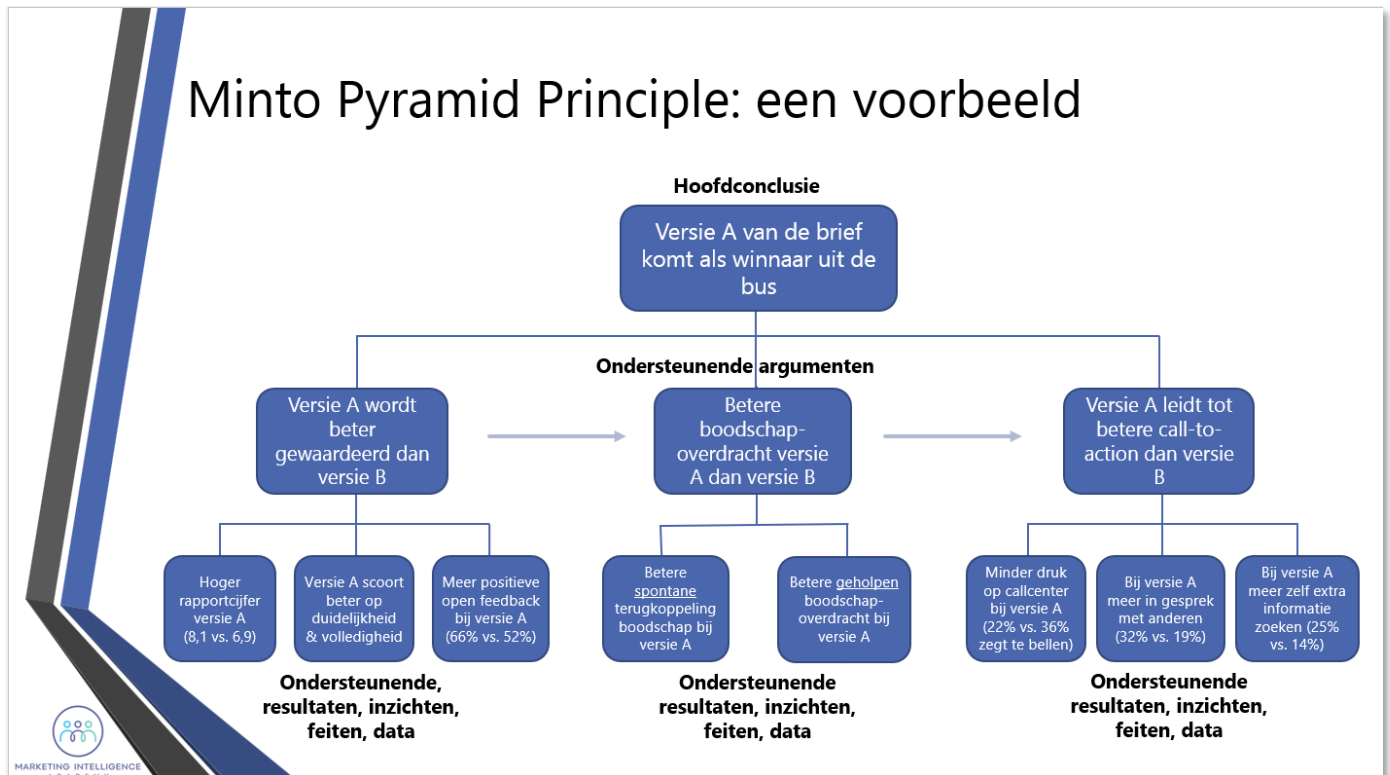


5. **Onderzoeksverantwoording:** hier beschrijf je kort de onderzoeksopzet, vaak bestaande uit: doelgroep, methode, duur vragenlijst/interviews, aantal ingevulde vragenlijsten/interviews en de veldwerkperiode. Bij kwantitatief onderzoek beschrijf je vaak ook de steekproef en eventuele weging en het responspercentage.

Schematisch kan de Pyramid Principle er bijvoorbeeld als volgt uitzien:



En een ingevuld voorbeeld kan er als volgt uitzien:



Je kunt er bij een rapportage ook voor kiezen om de onderdelen meer verhalend te maken (net als bij een voorstel). Bijvoorbeeld:

- Inleiding & situatie → Waarom jullie dit onderzoek nu willen
- Conclusies → Wat de belangrijkste conclusies zijn
- Advies → Hoe ons advies eruitziet
- Resultaten → Wat de belangrijkste resultaten zijn