



Schrijven met impact (voor marktonderzoek)

Les 4.2: Schrijfstijl in rapportages

In deze les behandelen we de volgende twee onderwerpen:

1. Beschrijvend versus concluderend schrijven
2. Formulering in rapportages

Beschrijvend versus concluderend schrijven

Wat is het verschil tussen beschrijvend en concluderend schrijven?

- **Beschrijvend:** een beschrijving of samenvatting van wat je ziet in de resultaten/grafieken.
- **Concluderend:** voortbouwen op wat je ziet in de resultaten. Je gaat net dat stapje verder, je geeft duiding en wellicht ook advies (wat betekent dit dan in de context van deze onderzoeksvraag of 'wat nu op basis van de resultaten?').

Hoe hiermee om te gaan is afhankelijk van verschillende zaken:

- **Je organisatie:** zijn hier standaarden voor? En hoe belangrijk vindt jouw organisatie die adviesrol?
- **De behoeften van je klant:** welke wensen zijn er?
- **De aard van het onderzoek:** zijn conclusies en advies aan de orde? Is het een meer exploratief onderzoek of juist een onderzoek met een go/no go besluit?

Vaak zijn koppen op resultatenslides meer beschrijvend geschreven (met eventueel een meer concluderende subkop). En vaak zijn conclusies en advies in een rapport meer concluderend geschreven.

Formulering in rapportages

Je kunt dingen op veel verschillende manieren formuleren in rapportages. Maar wanneer kies je nu welke formulering? Ook dit is afhankelijk van je organisatie, de behoeften van je klant en de aard van het onderzoek. En het is soms ook een kwestie van smaak.

Hieronder wat tips voor een aantal veel voorkomende dilemma's op het gebied van formulering in rapportages:

- Hoe benoem je doelgroepen? Spreek niet over 'respondenten', maar over de doelgroep in kwestie. Bijvoorbeeld:



'De helft van de respondenten heeft interesse in het nieuwe product'



'De helft van de kaarthouders heeft interesse in het nieuwe product'



- Gebruik je percentages of termen als 'een derde'? Probeer hier wat variatie in aan te brengen. En laat dit ook afhangen van de uitkomst. In onderstaande tabel vind je mogelijke andere formuleringen voor bepaalde uitkomsten.

Uitkomst	Mogelijke andere formulering
20%	'één op de vijf'
25%	'een kwart'
30%	'drie op de tien'
33% - 35%	'(ruim) een derde'
50%	'de helft'
51% - 55%	'ruim de helft'
60%	'zes op de tien' of 'meerderheid'
75%	'drie kwart'

- Wanneer is iets veel of weinig?

- Wees hier voorzichtig mee; wat jij veel vindt kan voor een klant weinig zijn!
- Om toch meer duiding te geven, kun je termen als 'zes op de tien' of 'de meerderheid' gebruiken
- 'Veel' en 'weinig' wél te gebruiken bij: vergelijking met benchmarks of vergelijkbare gegevens uit eerdere / andere metingen

- Framing: je kunt inhoudelijk hetzelfde op veel manieren zeggen. Denk goed na over de woorden/beelden die je gebruikt en welk effect die kunnen hebben op de ontvanger. Bijvoorbeeld: belicht je 'negatieve uitkomsten' of 'verbeterpunten/kansen'?

'Zeven op de tien klanten vindt de app (zeer) onaantrekkelijk. Vooral het kleurgebruik en visuals spreekt hen niet aan.'

OF

'Bijna een derde van de klanten vindt de app (zeer) aantrekkelijk'. Kijk kritisch naar het kleurgebruik en de visuals om dit aandeel te verhogen.

De keuzes die je hierin maakt zijn vaak afhankelijk van het doel van het onderzoek en de wensen van je klant.