

Focusgroeponderzoek

Een focusgroep is een kwalitatieve onderzoeksvorm, waarbij het onderzoeksmateriaal wordt vergaard tijdens gesprekken in compacte groepen onder begeleiding van een gespreksleider. Juist dialoog, discussie én non-verbale signalen tussen respondenten zijn een doelbewust gekozen onderdeel van de onderzoeksstrategie. De essentie van een focusgroep is dat de leden van een specifieke doelgroep worden aangemoedigd om in een groepsgesprek informatie uit te wisselen over hun behoeften, belangen en beweegredenen ten aanzien van een bepaald onderwerp. Door de speciale voorbereiding en uitvoeringstechniek levert een focusgroep interessante en vaak verrassende inhoudelijke inzichten op.

In het focusgroeponderzoek van SOHRC hebben onderzoeksvragen die gesteld worden betrekking op de 'inhoud', interesses en wensen van de doelgroep. Dit gebeurt aan de hand van stellingen, open vragen en groepsdiscussies; het gebruiken van associatietechnieken, het toekennen van punten/rapportcijfers en het geven van rangordes.

Productomschrijving

- Te stellen vragen, stellingen, discussie onderwerpen in overleg.
- Deelnemers focusgroep (8-12 deelnemers) werkzaam in de horeca
- Doorlooptijd minimaal 5 weken, afhankelijk van het aantal focusgroepen
- Oplevering van data in rapportagevorm
- Indicatie kosten € 5.750 per onderzoek, op basis van één focusgroep
- Offerte op maat bij meerdere focusgroepen

Geschikt voor

Horeca/catering bedrijven, verzekeringsbedrijven, product leveranciers, banken, uitzendbureaus, opleidingsinstituten