

# Alternatieve onderzoeksmethoden

Deze onderzoeksmethoden geven je een beter inzicht in de doelgroep:

## Dagboeken

Vraag participanten om aan het eind van de dag te reflecteren op enkele momenten van die dag die te maken hebben met het onderwerp. Het geeft jullie inzicht in de gedachten van de participant in hun eigen woorden.

## Fotoverslagen

Vraag participanten om een foto te maken van ervaringen (die te maken hebben met het onderwerp) gedurende een dag. Dit geeft je een visuele indruk van wat belangrijk is voor je participanten en hoe hun dagelijkse leven eruit ziet.

## Customer journey

Vraag participanten om een persoonlijke tijdslijn te maken van een ervaring en vraag ze aan te geven hoe ze zich voelden op verschillende momenten in die tijdslijn. Gebruik deze methode als je een complexe interactie tussen mensen wilt onderzoeken; bijv. een auto kopen.

## Kaarten sorteren

Maak een serie kaarten met één woord of afbeelding erop en vraag deelnemers om de kaarten op volgorde te leggen van belangrijkste naar minst belangrijk. Vraag ze hun beslissingen toe te lichten zo leer je waarom ze bepaalde dingen belangrijker vinden dan andere. Deze onderzoekstechniek is handig als je deelnemers een selectie wilt laten maken uit een groot aantal ideeën.

## Concepten testen

Maak een tekening van ideeën die je hebt voor een oplossing (een concept van een oplossing) en vraag de deelnemer om een reactie. Gebruik deze onderzoeksmethode als je snel wilt weten waarom deelnemers bepaalde oplossingen en mogelijkheden wel of niet waarderen.

## Afbeelding

Vraag participanten om een afbeelding (foto/tekening) mee te brengen die past bij het onderwerp. Iedere participant vertelt één minuut over zijn afbeelding en over waarom hij voor deze afbeelding heeft gekozen in relatie tot het onderwerp. Na één minuut is het tijd om te wisselen naar het volgende participant, totdat iedereen aan de beurt is geweest.