

Guerilla-onderzoek: aanpak ontwikkeld door de OnderzoeksPraktijk

2 november 2006, Suzanne Verdonshot, Tjip de Jong en Marloes van Rooij

Wat is het?

Een manier van onderzoek doen om snel resultaten te bereiken. In plaats van een onderzoek waarin je diverse interviews plant en uitgebreid spreekt met enkele vooraf geselecteerde personen, werk je met wat er is. Je gaat de organisatie in op die plekken waar je meer van wilt weten en je zoekt de mensen op die daar werken. De gesprekken met de verschillende mensen kunnen steeds heel anders lopen: het ene is lang, omdat je gesprekspartner net heeft gehoord dat zijn afspraak niet doorgaat en uitgebreid te tijd neemt om te praten. Een tweede gesprek is kort, omdat het die persoon slecht uitkomt om even te praten. En de één heeft een heel uitgesproken mening, terwijl de ander wat meer op de oppervlakte blijft. In de gesprekken kom je veel dingen te weten. En door rond te lopen óp de plek waar het gebeurt, door daar te zijn, krijg je ook heel veel andere dingen mee: wat is de sfeer, hoe zijn de mensen met elkaar, welke vragen leven er, wat hangt er op het prikbord. Als je zo onderzoek doet, ben je heel zichtbaar, je brengt direct iets teweeg. Het zijn geen losse gesprekken of een anonieme vragenlijst: het wordt juist een bron van energie en heel persoonlijk. Het leuke is ook dat je mensen in hun werk spreekt. Je staat naast hen mee te werken of je 'steelt' vijf minuten van hun tijd. Het werk en de werkomgeving staan dan zo dichtbij dat je heel makkelijk en snel contact hebt. Daarom kom je snel tot de kern. En niet alleen voor het verzamelen van data gaat er anders uitzien, ook het valideren krijgt een ander karakter. Op dezelfde dag dat je data verzamelt, leg je het voor aan de betrokkenen. De flipovers hang je op de gang, prik je op het bord, leg je in de kantine en iedereen kan direct zeggen wat hij of zij ervan vindt. Zo organiseer je het verzamelen en valideren van je resultaten op één contactmoment.

Wanneer gebruik je het?

- Als je met het onderzoek iets in beweging wilt krijgen.
- Als je in korte tijd veel mensen wilt betrekken bij het onderzoek.
- Als je weinig tijd hebt: omdat je gewoon ter plekke gaat kijken en werkt met de mensen die er zijn, ben je geen tijd kwijt met het maken van afspraken en het plannen van het onderzoek.
- Als je in korte tijd niet alleen veel mensen wilt spreken, maar ook in razend tempo wilt checken of de inzichten die je hebt verzameld, kloppen: verzamelen, analyseren, terugkoppelen en valideren op één dag!
- Voorafgaand aan een langer ontwikkeltraject: het onderzoekstraject laat het thema op een laagdrempelige manier leven bij betrokkenen.
- In werkomgevingen waar mensen niet zomaar tijd kunnen vrijmaken voor een interview. Een caissière kan heel moeilijk haar klanten alleen laten. Als je met haar meekijkt in het werk, kom je al heel veel te weten. En: in de 10 minuten pauze die ze wel heeft, kun je heel gericht doorvragen.

Wat levert het op?

- Antwoord op je onderzoeksvraag vanuit veel perspectieven.
- Inzicht in dingen die je niet snel in een gesprek oppikt. Ervaring met het werk en de sfeer op de afdeling geven je veel informatie die je op een andere manier niet verkregen zou hebben.
- Energie: door zo te werken gaat een thema leven en gaat het onderzoek leven! Je beantwoordt niet enkel de onderzoeksvragen maar zet ook al een beweging in gang.