

Hvordan lage gode rapporter?

Prinsipper for rapportering av spørreundersøkelser

Oktober 2023

RAMBOLL

Bright ideas.
Sustainable change.





Agenda

DEL 1: FORSTÅ OPPGAVEN OG MÅLGRUPPEN

Forstå oppgaven og målgruppen
Detaljnivå

DEL 2: LA OSS BLI KONKRETE

Format
Struktur og rekkefølge
Layout og design
Figurtyper
Fargebruk
Fremstilling av sammenligninger

DEL 3: LÆR MER

DEL 1

Forstå oppgaven og målgruppen



Forstå oppgaven og målgruppen

- Hvem skal lese og bruke rapporten?
 - Mange eller få?
 - Ledelse eller operative?
- Hva skal de bruke den til?
 - Strategisk innsikt?
 - Verktøy for å drive konkret endring?
 - Oppslagsverk?
- Hva er deres kompetanse?
 - ...på metoden – kvantitativ metode og statistikk, samt spørreundersøkelser?
 - ...på tematikken undersøkelsen omhandler?



Hvor detaljert bør noe fremstilles?

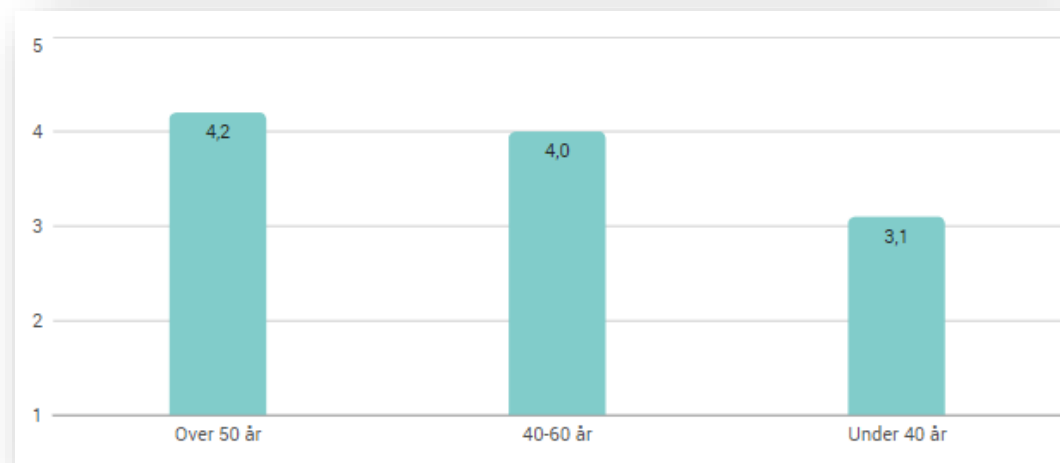
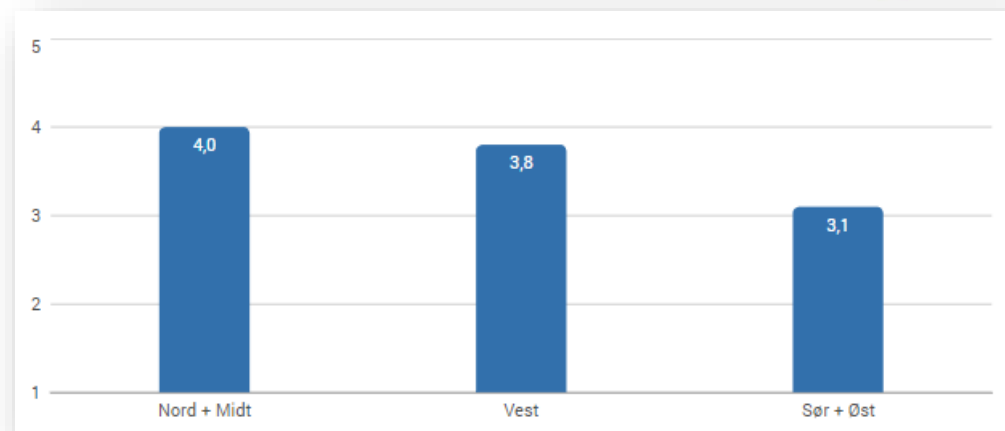
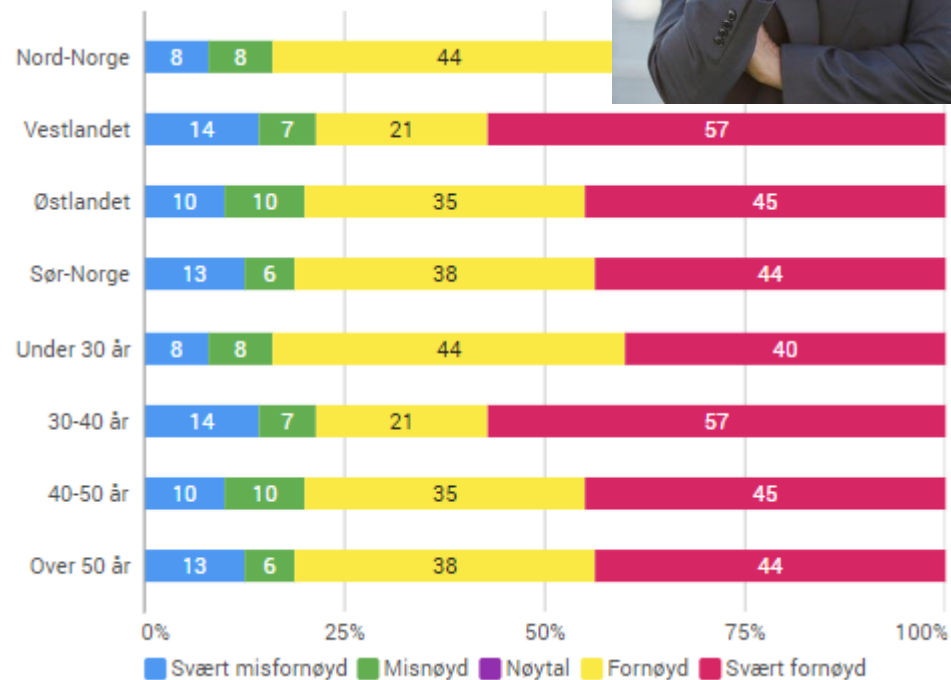
→ Så detaljert at vi mest mulig intuitivt formidler det analysen/figuren skal svare på

- Gjennomsnitt vs. frekvensfordeling vs. enkeltandeler?
 - Kommer an på leseren og formålet!
- Når du skal bryte et resultat ned på en eller flere undergrupper, bør du stort sett redusere detaljnivået
 - Poenget med nedbryting er å avdekke forskjeller og mønstre på tvers av grupper av respondenter. Da må man kunne enkelt få øye på disse forskjellene og mønstrene!
 - Nedbryting av et påstandsspørsmål med 5-punktsskala på 2 undergrupper der hver har 5 kategorier = $5 \times (2 \times 5) = 50$ tall per spørsmål
 - Hvis vi heller rapporterer spørsmålet som gj.snitt eller indeks og reduserer hver av de to undergruppene til 3 kategorier fremfor 5, får vi $1 \times (2 \times 3) = 6$ tall per spørsmål





Got it – thanks!



DEL 2

La oss bli konkrete



Format (i SurveyXact)

RAPPORT er ofte best for...

- Forteller en historie med en begynnelse og en slutt
- Ikke/lite behov for at leseren selv gjør «valg» i rapporten
- Rapporten skal kunne skrives ut og eksporteres til andre format (PDF, Word, PPT, osv.)
- Avsluttede målinger

DASHBOARD er ofte best for...

- Gir oversikt og kan brukes som oppslagsverk
- Behov for at leseren selv gjør «valg» i rapporten; Filtrering og navigering
- Rapporten skal primært vises og brukes online
- Løpende målinger der resultatene oppdateres jevnlig eller løpende



En ryddig og logisk struktur

- En rapport som ser profesjonell og ryddig ut, virker troverdig
- Hva som er en hensiktsmessig struktur og rekkefølge, kommer an på hva rapporten skal brukes til
 - Strategisk innsikt?
 - Verktøy for å drive konkret endring?
 - Oppslagsverk?
 - Følger spørreskjemaet en modell eller ikke?
- Nyttige verktøy: Innholdsfortegnelse, overskrifter, sidetall og sideskift
- Hva bør ligge i hoveddelen, og hva kan ligge i vedlegg/appendix?

Layout og design

Innta et visuelt tankesett; hjernen vår oppfatter bilder og figurer før – og raskere enn – tekst

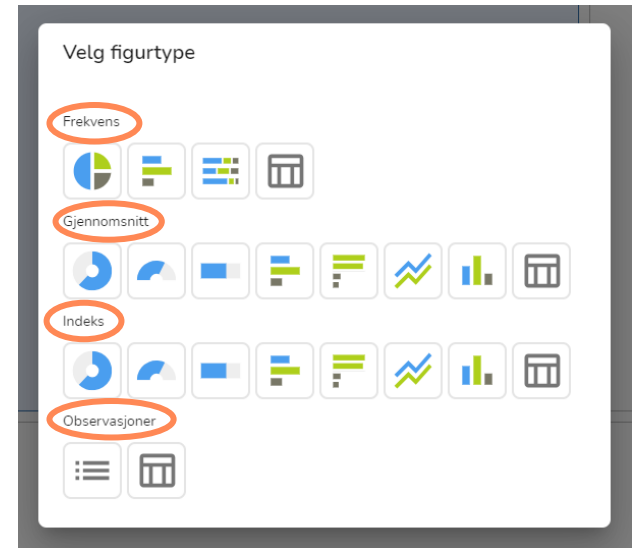
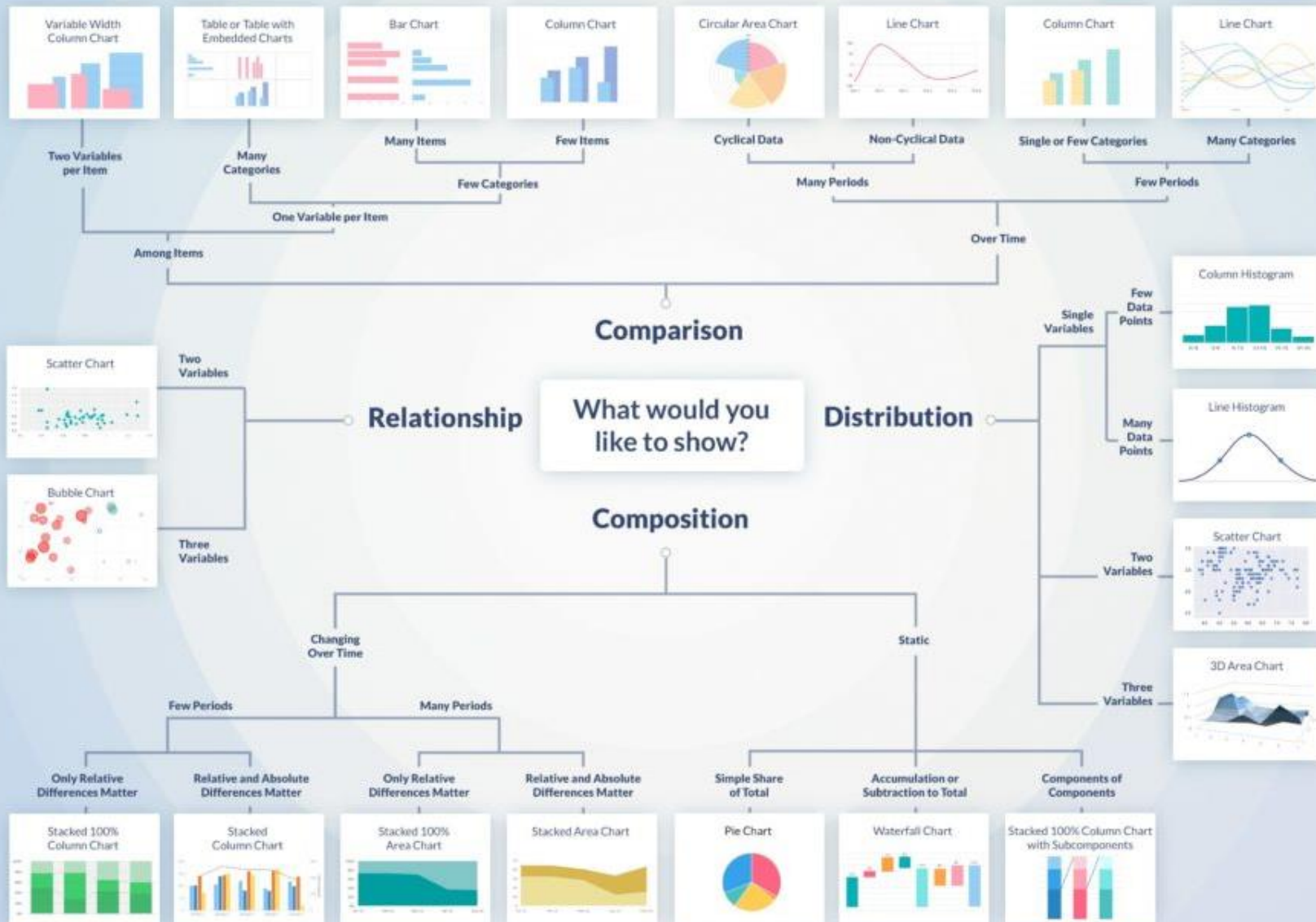
“With data visualization, the mind can take otherwise highly complex information and retain its message 60,000 times faster than they would with the equivalent amount of text.”

- Vi leser fra venstre til høyre, og fra topp til bunn
- Vær konsistent!
 - Font og fontstørrelse
 - Plassering av elementer
 - Fargebruk
- Vurder hver enkelt figur, side, og rapport/dashboard sin *lesbarhet*



Når skal du bruke hvilken figurtype?

Guided Visualizations for Charts and Graphs



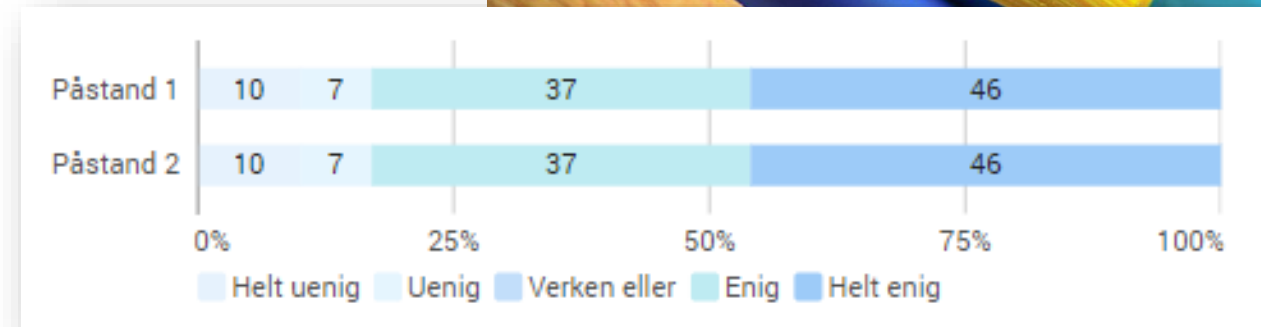
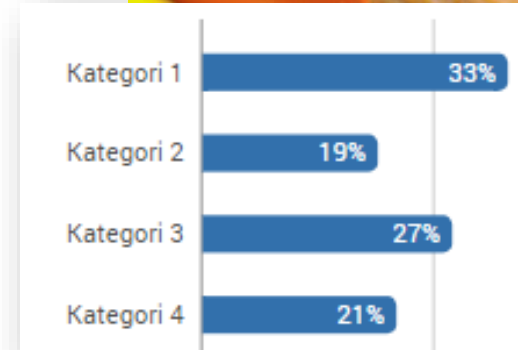
TOMMELFINGERREGLER

- Linjediagram for sammenligning over tid med mange perioder
- Stående søyler for sammenligning over tid med få perioder
- Liggende søyler for sammenligning av mange items/enheter
- Sektordiagram for enkeltfordelinger med få kategorier
- Stabilede søyler for sammenligning av svarfordelinger
- SurveyXact hjelper deg!



Når skal du bruke hvilke farger?

- Hvis samme type data – bruk én farge på alle søyler, og på alle figurer av samme type
- Hvis du bruker farge for å formidle forskjellige typer data, vær konsistent
Hvis blå er 2023 og gul er 2022, bør det være slik i hele rapporten
- Ikke finn opp hjulet på nytt – benytt egen virksomhets eller SurveyXacts fargepaletter, ev. intuitive fargeskalaer, se under
- Farger har intuitive betydninger – bruk det!
Grønn er noe positivt og fremgang/økning
Gul er noe mellom noe positivt og noe negativt
Rød er noe negativt og tilbakegang/reduksjon, og noe varmt
Blå er noe kaldt
Svake farger er svakt/lite
Sterke farger er noe sterkt/mye
- Sørg for tydelig nok kontrast mellom kategoriene



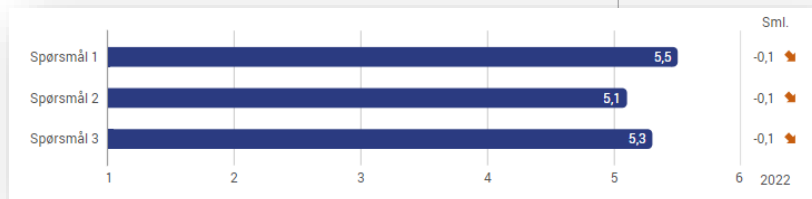
Hvordan bør du fremstille sammenligninger?

Referansemåling som sammenligningsgrunnlag for et resultat

«Er dette bedre eller dårligere enn i fjor?»

«Er dette bedre eller dårligere enn totalresultatet?»

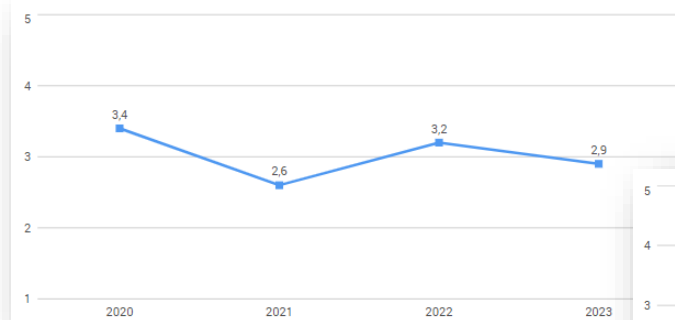
→ Legg til benchmark



Utvikling over tid

«Hvordan har dette utviklet seg de siste månedene eller årene?»

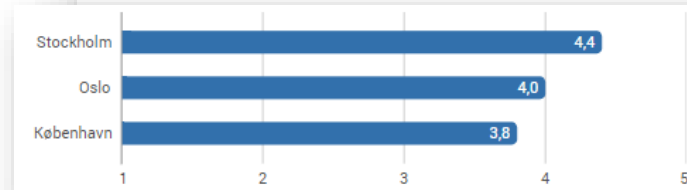
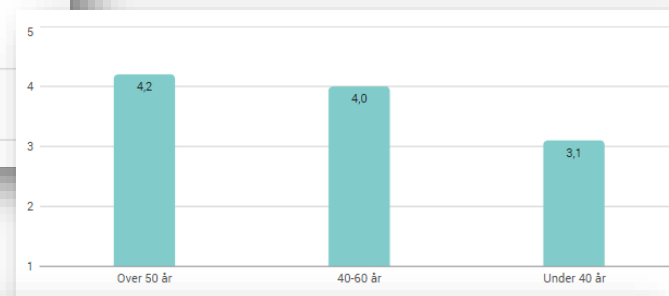
→ Linjediagram



Få frem eventuelle forskjeller mellom grupper

«Er det forskjeller mellom aldersgrupper?»

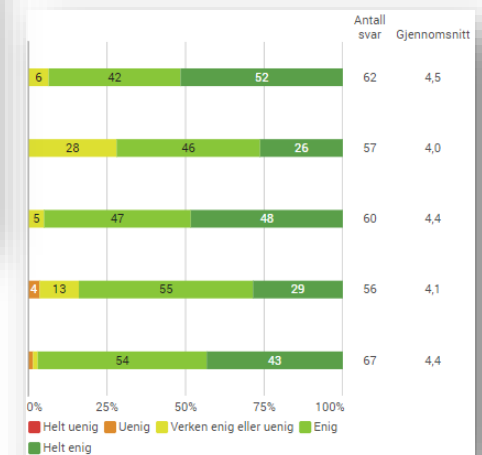
→ Stående eller liggende søyler



Få frem eventuelle forskjeller mellom items/spørsmål

«Hva er respondentene mer og mindre fornøyd med?»

→ Stående eller liggende søyler av svarfordeling, gjennomsnitt eller indeks



DEL 3: LÆR MER

<https://www.tapclicks.com/resources/blog/the-ultimate-guide-to-data-visualization/>

<https://depictdatastudio.com/data-visualization-design-process-step-by-step-guide-for-beginners/>

<https://www.columnfivemedia.com/25-tips-to-upgrade-your-data-visualization-design>

<https://www.youtube.com/watch?v=JIMUzJzqaA8>



DEL 3: LÆR MER

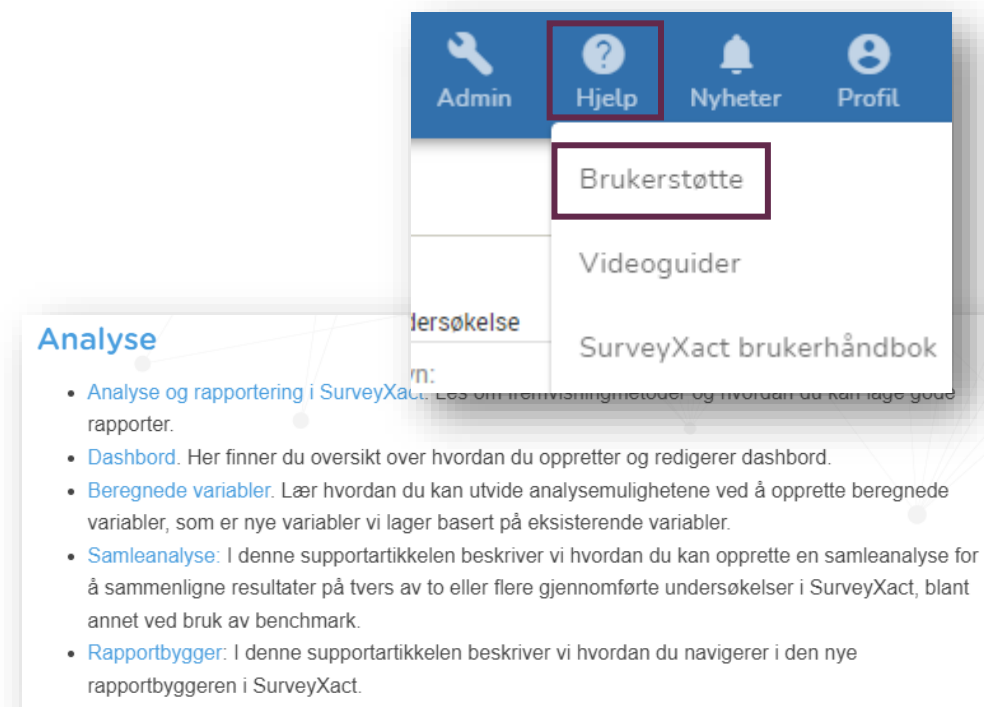
Analysekurs SurveyXact

- 26. oktober
- 2. november
- 12. desember

Meld deg på her:



Supportartikler om analyse og rapportering i SurveyXact på vår nettside



Ha en fin dag!

Ingrid Hågård Bakke
+47 975 01 357
ihba@ramboll.com

SurveyXact support
+47 474 61 495
support@surveyxact.no



Bright ideas.
Sustainable change.