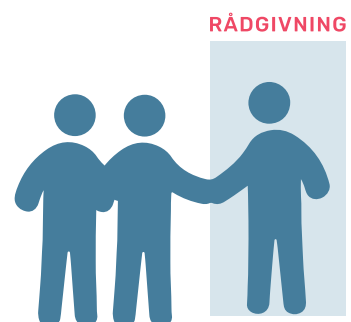


BRUGEREVALUERING I RÅDGIVNINGSTILBUD

Til sociale rådgivningstilbud der er
medlem af RådgivningsDanmark

INSPIRATIONSKATALOG



INDHOLD

Indledning /	3
Overvejelser før man starter med brugerevaluering /	4
Evalueringsdesign /	6
Valg af metode /	6
Hyppighed og systematik /	10
Brugerevaluering inden for eller efter samtalen? /	11
Brugerevaluering ved forløb /	12
Etiske overvejelser /	13
Generiske spørgsmål til kvantitativ evaluering /	15
Interviewguide til kvalitativ evaluering /	16
Kanalspecifikke overvejelser /	17
Telefonrådgivning /	17
Chat- og sms-rådgivning /	17
Fremmøderådgivning /	18
Brevkasserådgivning /	18
Mailrådgivning /	19
Spørgsmål til børn /	20
Tekniske løsninger til kvantitativ brugerevaluering /	21
Programmer til opsætning af spørgeskemaer /	21
Programmer til kvantitativ databehandling /	21
Særlige behov ved brugerevaluering på telefonrådgivning /	21
Efterfølgende brug af data /	23
Analyse af data /	23
Det videre arbejde med resultaterne /	25
Noter /	27

INDLEDNING

Brugerevaluering er et værdifuldt redskab i arbejdet med løbende at tilpasse og forbedre kvaliteten af rådgivningstilbuddet.

Derfor er det også et krav i RådgivningsDanmarks kvalitetsmodel, at rådgivningstilbud skal undersøge brugernes oplevelse og udbytte af rådgivningen og bruge evalueringen i kvalitetsudviklingen af ydelsen.

Denne publikation er både til rådgivninger, som vil videreudvikle deres evalueringsindsats og til rådgivninger, som ikke har beskæftiget sig med brugerevaluering tidligere.

Det er vigtigt, at brugerevaluering skræddersyes, så det passer det pågældende rådgivningstilbud og tilbuddets målgruppe. Derfor er denne publikation heller ikke en tilbundsgående vejledning i, hvordan dataindsamling og -analyse foretages i praksis, men kan bruges som inspirationsmateriale i arbejdet med brugerevaluering.

BRUGEREVALUERING VS. BRUGERREGISTRERING

På rådgivningsfeltet skelnes ofte mellem *brugerregistrering* og *brugerevaluering*. Med brugerregistrering henvises til de baggrundsinformationer, som indsamles om brugeren. Dette kan f.eks. være køn, alder, henvendelsesårsag, brugertype mv. Det er spørgsmål, som rådgiveren ikke nødvendigvis stiller direkte til brugeren, men som rådgiveren ved telefonrådgivning f.eks. noterer efter samtalen, eller som brugeren selv angiver ved starten af en chatsamtale eller i et brevkassespørgsmål. Brugerregistrering er et vigtigt redskab ift. at undersøge, om rådgivningen når ud til den ønskede målgruppe.

Brugerevaluering henviser derimod til de spørgsmål, der stilles direkte til brugeren, og hvor brugeren har mulighed for at evaluere rådgivningen. Brugerevalueringen vil ofte have fokus på at afdække brugerens *oplevelse* og *udbytte* af rådgivningen.

Brugerregistreringer og brugerevalueringer kan med fordel tænkes sammen, så man efterfølgende kan lave analyser, hvor man f.eks. kan se på, hvorvidt dele af målgruppen er mere tilfredse end andre, eller om rådsøgende med nogle typer problematikker i højere grad end andre udtrykker, at de har fået den rådgivning, de ønskede. Dette er uddybet i afsnittet *Efterfølgende brug af data*.

I denne publikation er fokus på brugerevaluering.

OVERVEJELSER FØR MAN STARTER MED BRUGEREVALUERING

Når man vil evaluere, skal man altid gøre sig klart, hvad formålet er med brugerevalueringen, og hvordan resultaterne skal bruges i organisationen efterfølgende.¹ Derfor bør man forud for beslutning om evalueringsdesign overveje følgende:

1: Hvem er målgruppen?

Først er det vigtigt at afklare, hvem der er målgruppen, da dette er med til at sætte rammerne for evalueringen. Hvilken type brugergruppe er der tale om, og hvilken situation kendetegner den? Er eller inkluderer målgruppen f.eks. børn, bør man være opmærksom på dette. Ydes der også rådgivning til pårørende eller fagpersoner, bør evalueringen muligvis tilpasses disse grupper.

2: Hvad er formålet med brugerevaluering?

Dernæst bør der tages stilling til, hvad formålet er med brugerevaluering og herunder, hvad data skal bruges til. Skal evalueringen benyttes i f.eks. lærings-, dokumentation- eller kontroløjemed? I mange tilfælde vil det være en kombination. Man bør gøre sig overvejelser om, hvilken slags viden man ønsker at indhente – herunder hvilke parametre, der skal udvælges. Det kan f.eks. være brugerens tilfredshed med samtalen, udbytte eller noget helt tredje.

3: Hvilken data skal indsamles eller registreres, før du kan måle på det ønskede?

Når parametrene, man ønsker at måle på, er udvalgt, skal man overveje, hvilke data, der skal indsamles eller registreres før, man kan måle på parametrene. Hvis man eksempelvis ønsker at måle tilfredshed, hvilke spørgsmål skal så stilles for at få svar på dette?

4: Hvordan indsamles data?

Dernæst skal rådgivningen overveje, hvordan man ønsker at indsamle besvarelsene. Skal det være kvalitativt (f.eks. interviews), kvantitativt (f.eks. spørgeskema) eller en kombination af disse? Skal data indsamles løbende eller i udvalgte perioder? Skal data indsamles af en eller flere personer i organisationen eller af en ekstern part? Der kan være fordele og ulemper ved de forskellige valg, som uddybes i dette inspirationskatalog, ligesom valget kan være et spørgsmål om ressourcer og tid i organisationen.

5: Hvordan inddrages rådgivere og andre relevante aktører i planlægningen af evalueringen?

Det er en god idé at involvere rådgiverne tidligt i planlægningen af evalueringen. Hvis rådgiverne skal stille selve evalueringsspørgsmålene til brugerne, kan de med fordel inddrages i udvælgelsen af spørgsmålene og have indflydelse på spørgsmålenes endelige formulering. Hvis rådgiverne skal henvise brugeren videre til et evalueringsskema, bør rådgiverne have indsigt i, hvorfor evalueringen er vigtigt for organisationen. Ligeledes bør man overveje, om der er andre aktører, der skal inddrages i processen (f.eks. ledelse, eksterne samarbejdspartnere)?

6: Hvordan sætter man resultaterne i spil?

Overvej hvordan resultaterne efterfølgende sættes i spil på forskellige niveauer i organisationen. Hvordan videreformidles resultaterne f.eks. til rådgiverne? Skal brugerne kunne se resultaterne

i anonymiseret og aggregeret form? Hvordan kan resultaterne spille ind i afrapportering til bevillingsgivere? Og hvordan kan ledelsen arbejde med evalueringsresultaterne og tage afsæt i dem, når der arbejdes med kvalitetsudvikling i organisationen?

EVALUERINGSDESIGN

VALG AF METODE

Et brugerevalueringdesign kan se ud på mange forskellige måder. Der kan benyttes kvantitative metoder, kvalitative metoder eller en kombination af disse (se boks nedenfor).

FORSKELLEN PÅ KVANTITATIVE OG KVALITATIVE METODER

Kvantitative metoder (f.eks. spørgeskemaundersøgelse) er særligt en brugbar metode, når der skal håndteres store mængder af data og opnås indsigt i omfanget af fænomener og sammenhænge. Metoden anvendes typisk, når man ønsker en bred viden af mere generel karakter. Ulempen ved den kvantitative metode kan være, at man ikke får samme uddybede svar og dermed færre nuancer, end man gør ved f.eks. interviews. Hvor kvantitative data ofte er tal, så indsamler man ved hjælp af kvalitative metoder (f.eks. fokusgrupper, brugerpaneler og interviews) tekster, lydfiler, videofilm og billeder. Styrken ved den kvalitative metode er, at den giver mere specifik og dybdegående viden. Den kvalitative metode giver i højere grad plads til personlige fortællinger, uddybninger og mere udforskende viden. Omvendt er den kvalitative metode ofte mere ressourcekrævende, og resultaterne er ikke statistisk generaliserbare, da evalueringen tager udgangspunkt i færre personer end ved en kvantitativ undersøgelse. I nogle tilfælde kan det være en fordel at kombinere metoderne. Det kan f.eks. være, at man laver en spørgeskemaundersøgelse, hvor man identificerer nogle mønstre, og derefter laver kvalitative interviews, der giver indsigt i de processer, som frembringer mønstrene.

Metoder til brugerevaluering

Enkeltinterview

Enkeltinterviewet er velegnet til at få viden om den enkelte brugers historie og oplevelse med rådgivningen. Desuden er metoden god til at afdække følsomme emner, som kan være svære at indfange med andre metoder som for eksempel fokusgruppeinterviewet, hvor brugeren måske ikke ønsker at dele følsomme emner med gruppen. Hvis man arbejder med en målgruppe, hvor der f.eks. er kulturelle barrierer, der gør, at brugeren har svært ved at udtrykke kritik overfor rådgivningen, kan man overveje at spørge brugeren ind til, hvad god rådgivning er på et mere generelt plan, da det for nogle kan være nemmere eller mere bekvemt at tale ud fra.⁵

EKSEMPEL: headspace Aarhus har gennemført kvalitative interviews med deres unge brugere. Interviewene bidrager til at få sat ord på de unges selvoplevede effekt af et forløb hos headspace. Desuden giver interviewene mulighed for at få indblik i de unges refleksioner omkring det at blive mødt af frivillige rådgivere.

Fokusgruppe

Når man anvender fokusgrupper til dataindsamling, er der fokus på gruppens drøftelser med hinanden. Det betyder, at fokusgrupper er gode til at producere data om brugernes fortolkninger, interaktioner og normer. Typisk vil deltagerne spørge ind til og kommentere på hinandens erfaringer ud fra en kontekstuel forståelse, som man ikke nødvendigvis selv har som interviewer. På den måde kan gruppen bruges som middel til at producere mere komplekse data. Derudover kan fokusgrupper være en hjælp for de brugere, der har svært ved at sætte ord på deres egne erfaringer og oplevelser.² Brugermøder er en slags fokusgruppe, der kan bruges til at samle feedback om rådgivningstilbuddet i en åben diskussionsramme. Brugermøder faciliteres typisk af rådgiverne, og der tages notater, når brugerne giver deres feedback.

Brugerpanel

Et brugerpanel er sammensat af en række af rådgivningens egne brugere, som har sagt ja til at deltage. Brugerpaneler kan være oplagte at anvende, hvis man vil have feedback og gode råd til ændringer af den måde, man yder rådgivning på. Derudover kan brugerpaneler også bruges til at få udpeget nogle konkrete temaer eller spørgsmål, som man kan benytte i en efterfølgende brugerundersøgelse som f.eks. en spørgeskemaundersøgelse.³

EKSEMPEL: Mødrehjælpen har sammensat et familiepanel, der har til formål at give en stemme til gravide og børnefamilier i Danmark. Familiepanelet får tilsendt spørgeskemaer, og derefter foretages der opfølgende interviews. Udtalelser og input fra familiepanelet bruges til at sætte fokus på børnefamiliernes udfordringer og til udvikling af strategier, projekter mm. i Mødrehjælpen. Styrken ved familiepanelet er, at det er en hurtig måde at række ud til familierne på. Desuden har familiepanelet vist sig at give rigtig høje svarprocenter.

Observation

Observation er en metode, der er god til at undersøge handling i en bestemt social kontekst. Det kan f.eks. være brugbart, hvis man arbejder med brugere, der er meget udsatte eller har manglende sproglige forudsætninger. Observation kan give en kropslig viden (hvad man føler og mærker i deltagelsen) og er derfor en kilde til viden, der adskiller sig fra tale og tekst. Hvor enkeltinterviewet kan give adgang til brugerens tanker og følelser, kan observationer bruges til at opfange brugerens adfærd i interaktion med rådgiveren. Observation kan med fordel kombineres med andre metoder som enkeltinterview, så man efterfølgende taler med den bruger, hvis rådgivning man netop har observeret.⁵

Spørgeskemaundersøgelse

En spørgeskemaundersøgelse er velegnet til af afdække generelle mønstre, som man f.eks. ikke kan opnå gennem enkeltinterviews. Spørgeskemaet er en god måde at indsamle viden fra et stort antal brugere, og der er ofte fastlagte svarmuligheder, som gør brugernes svar sammenlignelige.

Derudover giver spørgeskemaet også mulighed for at lave en før-og-efter måling, hvor man kan sammenligne brugernes svar før og efter, de har modtaget rådgivning.⁴

Afhængig af om man vælger en kvantitativ eller en kvalitativ metode i brugerevalueringen, er der forskellige forhold, man skal være opmærksom på.

Ved kvalitative metoder skal man bl.a. være opmærksom på:

- **Valg af spørgsmålsformuleringer:** Vær opmærksom på, at spørgsmålene ikke er ledende eller værdiladede og undgå spørgsmål, som brugeren kan svare ja eller nej til. Benyt i stedet åbne spørgsmål, der f.eks. starter med "hvad", "hvorfor" og "hvordan", og som i højere grad giver brugeren mulighed for at komme med uddybende svar.
- **Interviewguide:** Udarbejd en interviewguide forud for et interview eller en fokusgruppe med de spørgsmål, der ønskes svar på. Guiden kan støtte interviewerens i at styre interviewet, samtidig med at det sikres, at man kommer rundt om de ønskede spørgsmål.
- **Udvælgelsesstrategi:** Sørg gerne for, at f.eks. interviewpersoner eller deltagere i en fokusgruppe repræsenterer forskellige dele af rådgivningens brugere (f.eks. når det gælder køn, alder, henvendelsestematik mv.).
- **Interviewsituationen:** Et overordnet mål med interviewsituationen er at skabe en fortrolig og tillidsfuld atmosfære, der kan medvirke til, at brugeren åbner sig op omkring de temaer, som interviewerens ønsker information om. Det er derfor vigtigt at udtrykke engagement og forståelse, så brugeren har lyst til at fortælle om sine oplevelser og erfaringer.⁵
- **Dataindsamling og -behandling:** Kvalitative indsamlingsmetoder kan give store mængder af data i form af tekst, og man bør derfor overveje, hvordan de indsamlede informationerne skal behandles efterfølgende. Ved interview og fokusgrupper bør man overveje, om interviewene skal optages på en diktafon og efterfølgende transskriberes. Transskribering er tidskrævende, men kan være en fordel, når datamaterialet efterfølgende skal analyseres.

Ved kvantitative metoder skal man bl.a. være opmærksom på⁶:

- **Spørgsmål og svarkategorier:** Spørgsmålene bør ikke være ledende, og man bør undgå værdiladede ord, fagudtryk og abstraktioner. Sætningerne bør være korte og sproget hverdagsligt, så spørgsmålene er lette at forstå. Svarkategorierne bør være balancerede, hvilket vil sige, at der er lige mange negative og positive svarkategorier (se eksempel i boks). Hvis brugeren ikke skal kunne markere flere svarmuligheder, er det desuden vigtigt, at svarkategorierne er gensidigt udelukkende, så brugeren ikke kan finde sig selv i mere én kategori. Er spørgsmål og svarkategorier ikke gennemarbejdet og gerne pilottestet, kan der opstå reliabilitets- og validitetsproblemer.

En ubalanceret skala			
Meget tilfreds <input type="radio"/>	Tilfreds <input type="radio"/>	Både tilfreds og utilfreds <input type="radio"/>	Utilfreds <input type="radio"/>

En balanceret skala				
Meget tilfreds <input type="radio"/>	Tilfreds <input type="radio"/>	Både tilfreds og utilfreds <input type="radio"/>	Utilfreds <input type="radio"/>	Meget utilfreds <input type="radio"/>

EKSEMPEL: Svorskalaen "Meget tilfreds", "Tilfreds", "Både tilfreds og utilfreds" og "Utilfreds" er ikke balanceret, da der er flere positive svarkategorier end negative. Derimod er skalaen "Meget tilfreds", "Tilfreds", "Både tilfreds og utilfreds", "Utilfreds" og "Meget utilfreds" en balanceret skala.

HVAD ER EN PILOTTEST?

For at sikre sig, at spørgsmålene er forståelige, kan man med fordel pilotteste spørgeskemaet. Testen bør gennemføres på en person fra målgruppen. Personen skal ikke nødvendigvis svare på spørgsmålene i testen, men kan give feedback på, om spørgsmålene er umiddelbart forståelige, hvilken betydning de tillægges, og om de er dækkende for brugeroplevelsen.

- **Bortfaldet og repræsentativitet:** Bortfald handler om den gruppe af rådsøgende, som ikke har besvaret brugerevalueringen. Man bør interessere sig for, om bortfaldsgruppen udgør en særlig gruppe f.eks. mænd, hvilket vil have betydning analysen af den indsamlede data. En undersøgelses repræsentativitet siger noget om, hvorvidt den gruppe af rådsøgende, der har besvaret brugerevalueringen, ligner populationen – dvs. de rådsøgende, som normalt kontakter rådgivningen. Bortfald og repræsentativitet kan være afgørende for undersøgelsens validitet.

HVAD ER RELIABILITETEN?

Evalueringens reliabilitet (pålidelighed) handler om i hvilken grad, målingen er fri for tilfældige målefejl. F.eks. kan der opstå målefejl, hvis svarkategorierne overlapper hinanden, eller hvis der bruges ord eller udtryk, som kan forstås på forskellige måder. Der kan være mange årsager til reliabilitetsproblemer, men nogle af dem kan imødekommes ved f.eks. at pilotteste spørgeskemaet, tilføje forklaringer til bestemte spørgsmål, udforme en guide til personen, der stiller spørgsmålene eller registrerer svarene mv.

HVAD ER VALIDITET?

Evalueringens validitet er et udtryk for, om man med brugerevalueringen måler på det, som man ønskede at måle på. Der er mange faktorer, der kan påvirke evalueringens validitet. Ønskes det f.eks. at undersøge den rådsøgendes udbytte af samtalen, bør det undersøges, om det faktisk er det, som man spørger ind til i evalueringen. En anden faktor, der kan påvirke evalueringens validitet, er hvilke brugere, der besvarer evalueringen. Er det f.eks. kun rådsøgende, der har været tilfredse med deres rådgivning, rådsøgende der har talt med en bestemt rådgiver eller personer af bestemt køn, alder mv. Dette skaber en selektionsbias, som igen påvirker evalueringens validitet. Denne skævhed kan betyde, at man måler tilfredsheden blandt en specifik gruppe af sine brugere, og altså ikke brugergruppen som helhed.

- **Svarprocenten:** Vær altid opmærksom på undersøgelsens svarprocent. En høj svarprocent vil altid være at foretrække, da det styrker undersøgelsens resultater. Svarprocenten afhænger meget af surveyens målgruppe og genstandsfelt, ligesom personlige spørgsmål kan være årsag til en lavere svarprocent. Har man mulighed for det, kan svarprocenten styrkes ved at sende påmindelsesbeskeder til brugeren.

HVAD ER SVARPROCENTEN?

Svarprocenten angiver, hvor stor en del af stikprøven, der har besvaret spørgeskemaet. F.eks. hvor mange rådsøgende, der har besvaret brugerevalueringen ud af alle de rådsøgende, som er blevet tilbudt at deltage.

Man kan med fordel kombinere kvalitative og kvantitative metoder. Svarer brugerne løbende på en kvantitativ brugerevaluering i form af et spørgeskema, kan dette suppleres med en periodisk indsats, hvor rådgivningen ønsker at få mere uddybende og kvalitative svar på, hvordan de rådsøgende oplever rådgivningen. Sådanne opfølgende kvalitative interviews kan tage udgangspunkt i den kvantitative data, man har indsamlet. Er der f.eks. nogle interessante sammenhænge, man kan udlede af sine analyser – f.eks. at kvinder i alderen 25-35 er langt mere tilfredse med rådgivningen end mænd i alderen 55-65? I så fald kunne man have fokus på denne gruppe af mænd i sin kvalitative undersøgelse.

HYPPIGHED OG SYSTEMATIK

Brugerevaluering kan enten gennemføres kontinuerligt eller periodisk. Ved brug af f.eks. chat- eller SMS-rådgivning er det mindre ressourcekrævende at have løbende brugerevaluering, fordi man kan sende et link til en spørgeskemaundersøgelse automatisk i slutningen af rådgivningen. På telefonrådgivning kan brugerevaluering – afhængigt af designet – være mere ressourcekrævende og vil derfor typisk være noget, man vælger at gøre i perioder.

Hyppigheden afhænger af den enkelte organisations ressourcer, det samlede antal rådgivnings-samtaler, og om der sker ændringer i konteksten omkring organisation (f.eks. i brugergruppe, sociale forhold for brugergruppen, ny viden på området mv.). Man bør dog være opmærksom på, at der ikke går for lang tid mellem perioderne. En til to gange om året kan være en god tommelfingerregel, og der bør ikke gå mere end to år. Dette er vigtigt, så organisationen løbende har en fornemmelse af brugerens oplevelse og udbytte af rådgivningen, særligt hvis der sker ændringer i brugergruppen eller i den rådgivning, der ydes. Der kan også gennemføres opfølgende undersøgelser, hvor brugeren gennemfører endnu en brugerevaluering f.eks. et par uger efter selve rådgivningen (se eksempel i boks).

EKSEMPEL: Sjældene Diagnosers Helpline gennemfører opfølgende brugerevaluering. Alle, der henvender sig i en given periode, får tilbud om at besvare et anonymt online spørgeskema efter rådgivningen. Derefter får alle, der har udfyldt spørgeskemaet tilbud om at få et nyt spørgeskema, som måler på effekten, tilsendt 2-3 måneder senere. Styrken med dette design er, at man ikke kun får indblik i brugerens oplevelse og udbytte efter endt rådgivning, men også en indikation på rådgivningens virkning på længere sigt.

Brugerevaluering kræver desuden en vis grad af systematik. Dette gælder særligt i udvælgelsen af personer, der besvarer surveyen, deltager i interviews eller på anden måde indgår i dataindsamlingen. I udvælgelsen af interviewpersoner bør man eksempelvis efterstræbe, at de repræsenterer forskellige dele af målgruppen, og på samme måde bør der sikres en vis repræsentativitet i en kvantitativ undersøgelse. Af samme grund kan spontan feedback til en rådgivning fra en bruger eller likes eller thumbs up på en hjemmeside heller ikke stå alene som en brugerevaluering.

BRUGEREVALUERING INDEN FOR ELLER EFTER SAMTALEN?

Brugerevalueringdesign kan inddeles i to typer:

1. En selvstændig brugerevaluering, der sendes ud som et spørgeskema eller gennemføres af en interviewer, der ikke ellers har været involveret i rådgivningen.
2. En brugerevaluering, der er inkorporeret i samtalen, og f.eks. er et led i den afsluttende del af rådgivningssamtalen.

Førstnævnte design anses som et mere solidt evalueringdesign end et design, hvor brugerevalueringen er inkorporeret i selve samtalen. Det skyldes særligt, at ved sidstnævnte kan brugeren være påvirket af netop at have modtaget rådgivning fra rådgiveren og kan derfor have lyst til at være venlig og gøre svarene mere positive, end hvad der egentlig er retvisende for brugerens oplevelse af samtalen. Derudover kan der være etiske hensyn i forhold til at bede brugeren om feedback, når rådgiveren f.eks. er bekendt med brugerens svære situation.

Gennemføres brugerevalueringen af rådgiveren bør man desuden undlade spørgsmål om rådgiveren (f.eks. spørgsmål om, hvorvidt rådgiveren tog brugeren alvorlig, om brugeren følt sig lyttet til mv.). Med denne model kan det derfor være sværere at afdække brugernes oplevelse af rådgiveren.

Omvendt kan der være tilfælde, hvor tilbuddet om at besvare en brugerevaluering kan virke uhensigtsmæssigt og ikke etisk forsvarligt, og derfor inkorporeres evalueringsspørgsmålene direkte i samtalen. Dette kan være tilfældet, hvis man rådgiver en særlig udsat målgruppe som f.eks. selvmordstruede. Denne tilgang kan give et indblik i brugernes oplevelse og udbytte af rådgivningen, men er som nævnt et mindre solidt design, og man bør derfor kun vælge denne tilgang, når man har betydelige grunde hertil. Derudover bør man gøre sig overvejelser om, hvilken betydning tilgangen har for evalueringens resultater, og hvordan man efterfølgende kan bruge den viden, der er indsamlet vha. evalueringen.

EKSEMPEL: Hos LGBT+ Danmark viderestilles brugeren til en anden rådgiver, som stiller evalueringsspørgsmålene til brugeren. Dette gøres så brugeren kan svare mere ærligt på de efterfølgende spørgsmål om rådgivningen, og så brugeren f.eks. ikke føler, at vedkommende skal svare mere positivt på spørgsmål fra den rådgiver, vedkommende netop har haft en samtale med.

BRUGEREVALUERING VED FORLØB

Ved rådgivninger, der foregår over et længere forløb, vil der som oftest være god mulighed for at evaluere eller måle på udvikling. I nogle tilfælde vil man kunne gennemføre en før- og eftermåling, hvor brugerens besvarelser i starten af et forløb sammenlignes med besvarelserne i slutningen af et forløb, og man får dermed mulighed for at kunne følge brugerens udvikling.

Ønsker man at bruge denne model, kan man med fordel tage afsæt i allerede validerede og/eller testede skalaer. Af validerede eller testede skalaer kan bl.a. nævnes:

- WHO-5 trivselsindeks (mål for mental trivsel)⁷
- Feedback Informed Treatment (FIT)⁸
- UCLA Loneliness Scale (mål for ensomhed)⁹
- Strengths and Difficulties Questionnaire (mål for sociale og psykiske problemer)¹⁰

Ved flere af skalaerne findes også befolkningsgennemsnit (f.eks. WHO-5 trivselsskala), som målingen kan sammenlignes med.

Ovenstående er blot en kort liste over testede skalaer. Af noterne fremgår det, hvor man kan finde mere information om de forskellige skalaer.

ETISKE OVERVEJELSER

Der er etiske overvejelser knyttet til både planlægningen, gennemførelsen og afrapporteringen af brugerevaluering, som handler om at behandle brugeren med respekt.¹¹

Nogle konkrete eksempler, som man let kan finde løsninger på, er:

- At der er indhentet informeret samtykke fra brugeren forud for deltagelsen i brugerevalueringen.
- At spørgsmålene er udarbejdet og stilles med respekt for brugeren og han/hendes privatliv.
- At data og resultater videreformidles i et anonymiseret format.

Andre etiske dilemmaer kan være mere komplekse. Der kan f.eks. være særlige situationer, hvor visse typer af brugerevaluering ikke er etisk forsvarligt at gennemføre af hensyn til at beskytte brugeren. Omvendt kan det også være etisk uforsvarligt at yde rådgivning uden at undersøge brugerens oplevelse og udbytte. Dette dilemma udtrykker en konflikt mellem ønsket om på den ene side at beskytte brugeren og på den anden side at inddrage brugeren i udviklingen kvaliteten af den rådgivning, som tilbydes. Dette er en afvejning, og man bør løbende drøfte etiske dilemmaer som dette internt i rådgivningen.

En løsning kan være, at der er en del af målgruppen, som man ikke beder om at besvare en brugerevaluering. Det kan f.eks. være råde søgende, som er meget oprørte, kede af det, frustrerede osv. Det kræver dog, at det teknisk er muligt med det tilgængelige brugerevalueringdesign. Vælger man at gøre det, bør rådgivningen undersøge, om der i så fald er en særlig gruppe, der ikke indgår i ens brugerevaluering, og forholde sig til, hvilken betydning dette har for ens brugerevalueringresultater.

Ovenstående er langt fra en udtømmende beskrivelse af etiske overvejelser, som kan knyttes til brugerevaluering i rådgivningen, og det bør være en kontinuerlig proces at drøfte etiske dilemmaer, der kan være knyttet til brugerevaluering i den enkelte rådgivning.

Etiske principper for evaluering (RITA)

Dansk evalueringsselskab (DES) har udviklet en række etiske principper for evaluering, RITA, der står for: *Respekt, Integritet, Transparens og Ansvarlighed*. Disse principper fungerer vejledende for et bredt felt af evalueringspraksis. I det nedenstående fremgår principperne med eksempler på, hvordan de kan efterleves på rådgivningsfeltet.

- **Udvis respekt for mennesker**

F.eks. ved at tilstræbe repræsentation blandt brugerne og være opmærksom på, hvilke dele af brugergruppen, der ikke indgår i datagrundlaget. Udvis desuden respekt for brugeren ved at tage hensyn til anonymitet eller fortrolighed, samt ved at formulere spørgsmål med respekt for brugeren, så deres situation ikke påvirkes negativt af brugerevalueringen.

-
- **Oprethold professionel integritet**
F.eks. ved at være opmærksom på, hvilke konsekvenser afgrænsninger af evalueringen har for evalueringens fund (f.eks. hvilke perspektiver inkluderes, og hvilke gør ikke), og reflekter over evalueringsdesignet, samt dets muligheder og begrænsninger.
 - **Tilstræb transparens i hele evalueringsprocessen**
F.eks. ved at dele brugerevalueringens anonymiserede resultater med både rådgivere og brugere, samt ved at være transparent omkring datagrundlag, design- og metodemæssige valg.
 - **Udøv ansvarlighed**
F.eks. ved at tilpasse evalueringen, så den bliver meningsfuld for organisationen, og ved at være opmærksom på at styrke evalueringens positive virkninger og mindske dens negative virkninger for mennesker og miljø.

GENERISKE SPØRGSMÅL TIL KVANTITATIV EVALUERING

Nedenfor er opstillet en række generiske spørgsmål, som man kan benytte til kvantitativ brugerevaluering. Man kan evt. tilføje supplerende spørgsmål, som er relevante for rådgivningens specifikke målgruppe og formål. Der kan også med fordel tilføjes et åbent spørgsmål som f.eks.: *"Har du andre kommentarer til rådgivningen?"* sidst i brugerevalueringen.

Ligeledes bør man formulere en kort generisk tekst, som opridser formålet med evalueringen, forhold omkring anonymitet og brug af data, som kan sendes ud sammen med eller indlede spørgeskemaet. Spørgsmålene nedenfor kan benyttes på tværs af forskellige rådgivningskanaler, men enkelte ord kan med fordel byttes ud. F.eks. kan man vælge at skrive: "Var chatten en hjælp for dig?" i stedet for "Var rådgivningen en hjælp for dig?".

Med nedenstående spørgsmål vil man umiddelbart kunne få indblik i brugerens oplevelse og udbytte af den enkelte rådgivning, som er et element i RådgivningsDanmarks kvalitetsmodel.

	I meget høj grad	I høj grad	Hverken eller	I lav grad	I meget lav grad
Var rådgivningen en hjælp for dig?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Handlede rådgivningen om det, der var vigtigt for dig?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Følte du, at rådgiveren forstod dig?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Følte du, at rådgiveren tog dig alvorlig?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Har rådgivningen hjulpet dig til bedre at kunne overskue din situation?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gav rådgivningen dig en idé om, hvad du skal gøre nu? Eller Tager du noget med videre fra rådgivningen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Var du samlet set tilfreds med rådgivningen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

INTERVIEWGUIDE TIL KVALITATIV EVALUERING

Benyttes interview kan man med fordel udarbejde en interviewguide forud for interviewet. En interviewguide skal sikre, at man kommer rundt om de temaer og spørgsmål, man ønsker at få dækket, og kan dermed hjælpe til at styre interviewet.¹² En interviewguide kan se ud på flere forskellige måder, men kan eksempelvis indeholde:

- En kort tekst om formålet med interviewet og evt. forhold omkring anonymitet og samtykke, hvis dette ikke er afklaret forud for interviewet.
- Spørgsmålene man ønsker at få svar på i interviewet.
- En afrunding, hvor der takkes for deltagelse og evt. spørges ind til, om brugeren har spørgsmål eller kommentarer til interviewet.

Det kan være en god idé at teste interviewguiden eller at genbesøge guiden efter første interview, og derefter justere spørgsmål eller opbygningen i interviewguiden til, hvis interviewet har givet anledning til dette.

Benyttes fokusgruppeinterview er introduktionen særlig vigtig. Ofte forventer brugerne at blive interviewet på klassisk vis, og det er derfor vigtigt at få forklaret, at det er en anden slags interview, hvor deltagerne taler mere med hinanden end med interviewer. Desuden kan det være en god idé at signalere, at man er der for at lære noget af deltagerne og deres erfaringer og oplevelser med rådgivningen. En introduktion med startspørgsmål kan for eksempel indeholde:

- Information om formen på fokusgruppeinterviewet og evt. forhold omkring anonymitet og samtykke, hvis dette ikke er afklaret forud for interviewet.
- Introduktionsrunde, hvor alle deltagere får mulighed for at præsentere sig selv.
- Præsentation af formålet med fokusgruppeinterviewet.

Det kan i nogle tilfælde være en god idé at anvende hjælpemidler i form af øvelser eller andet materiale, som kan bruges til at fremme interaktionen eller fokusere diskussionerne. Det kan f.eks. være en opdigtet case, som brugerne skal forholde sig til.²

KANALSPECIFIKKE OVERVEJELSER

Ovenfor er generelle tematikker knyttet til brugerevaluering beskrevet. Der er dog specifikke overvejelser knyttet til brugerevaluering på forskellige rådgivningskanaler. Dette afsnit beskriver, hvad man særligt skal være opmærksom på ved de forskellige kanaler.

TELEFONRÅDGIVNING

Lang størstedelen af den rådgivning, RådgivningsDanmarks medlemmer yder, foregår over telefonen. Brugerevaluering på telefonrådgivning kan gennemføres kvalitativt, hvor brugeren f.eks. sidst i samtalen eller efter samtalens afslutning ringes op og stilles en række evaluerende spørgsmål. Evalueringen kan også gennemføres kvantitativt, hvor brugeren får tilsendt et link til et spørgeskema på SMS eller mail efter endt rådgivning. Der findes også løsninger, hvor brugeren forud for rådgivningen bliver spurgt, om vedkommende vil deltage i en brugerevaluering, efter rådgivningen er slut – og har mulighed for at takke ja til dette ved at trykke på et givet tal.

En kvantitativ brugerevaluering ifm. telefonrådgivning sætter nogle krav til det tekniske setup og rådgivningens telefonudbyder. Dette er behandlet selvstændigt på side 17-18.

EKSEMPEL: Hos Dansk Stalking Center (DSC) bliver brugeren altid spurgt af rådgiveren, om DSC må sende en brugerevaluering via mail, og rådgiveren noterer brugerens mailadresse, hvis de siger ja. Efter rådgivningen sendes en mail med et link til et spørgeskema, som brugeren besvarer.

CHAT- OG SMS-RÅDGIVNING

At evaluere vha. et online survey, er en oplagt måde at brugerevaluere på chatmediet. De fleste chatsystemer har evalueringmoduler, som enten er integreret eller kan tilkøbes. Når chatten afsluttes, popper et evalueringsskema op, som brugeren kan udfylde. Alternativt kan rådgiveren sende et link til et online evalueringsskema som sidste og afsluttende besked til brugeren. På SMS-rådgivning kan det ligesom ved chatrådgivning være oplagt at udsende et online spørgeskema via et link til brugeren efter endt rådgivning med en række spørgsmål om brugerens oplevelse og udbytte af rådgivningen. Der findes også tekniske løsninger, hvor evalueringen er opbygget som en SMS-udveksling, hvor brugeren besvarer et eller flere evalueringsspørgsmål via SMS.

EKSEMPEL: Cyberhus, som driver gruppechat, har erfaring med at indkalde brugere til at evaluere på deres rådgivning gennem gruppe-chat. Dette kan være en god måde at gennemføre kvalitativ evaluering på, hvor man får flere ord på, hvad der fungerer godt/dårligt ved ens rådgivning. Cyberhus gennemfører dette som et supplement til det kvantitative spørgeskema, som brugerne løbende besvarer på deres chat.

Vil man brugerevaluere kvalitativt, kan brugeren også via SMS eller over chatten inviteres til at deltage i et interview om rådgivningen.

Ved evaluering på chat- og SMS-rådgivning kan de førnævnte generiske spørgsmål benyttes. Spørgsmålene skal naturligvis justeres til, hvis der er tale om en gruppechat. Her kan spørgsmålet "Følte du dig velkommen på chatten?" evt. tilføjes.

FREMMØDERÅDGIVNING

Ved fremmøderådgivning kan brugerne med fordel besvare en brugerevaluering efter rådgivningen, mens brugeren stadig er i rådgivningen. Dermed kan en høj svarprocent i mange tilfælde sikres. Dette kan både gøres manuelt, hvor brugeren udfylder et stykke papir, som efterfølgende afleveres i en postkasse eller besvarer spørgeskemaet på en computer eller ipad i rådgivningen. Sidstnævnte er mindre ressourcekrævende, da evalueringerne ikke efterfølgende skal tastes ind. Brugeren kan alternativt inviteres til deltagelse i et interview, som en anden i rådgivningen gennemfører.

Ved brugerevaluering i forbindelse med fremmøderådgivning kan det være særligt vigtigt at fremhæve brugerens anonymitet i evalueringen, da selve rådgivningen typisk ikke er anonym.

EKSEMPEL: I LMS' fremmøderådgivning opfordrer rådgiveren brugerne til at udfylde et fysisk evalueringsskema efter endt samtale. Evalueringen er anonym, og rådgiveren er ikke i samme rum og får ikke indblik i evalueringen under eller efter udfyldelsen. Evalueringen afleveres i en postkasse, som befinder sig ved udgangen.

BREVKASSERÅDGIVNING

Mulighederne for evaluering af brevkasserådgivning afhænger meget af, hvilket teknisk setup, man har. I nogle brevkassesystemer er det muligt at bede den rådsøgende indtaste sin mailadresse, som så vil blive opbevaret krypteret. Når der er skabt dette link, vil den rådsøgende kunne modtage en mail, når der er kommet svar på brevkasseindlægget. I dette svar kan man indsætte et link til brugerevaluering via et elektronisk spørgeskema.

Har man ikke mulighed for at sende et link direkte til den rådsøgende, kan man i stedet have et kort spørgeskema liggende på brevkassens hjemmeside. Her er det vigtigt at huske, at man potentielt får en del svar fra brugere af hjemmesiden, som ikke selv har skrevet brevkassespørgsmål, men "blot" læser med. Denne målgruppe kan imidlertid også være interessant at spørge, da de må regnes som en del af brevkassens målgruppe. Man kan derfor overveje at målrettet spørgeskemaet til alle og så lade første spørgsmål omhandle, hvorvidt man er på hjemmesiden, fordi man selv har stillet spørgsmål, eller man læser andres spørgsmål. Herefter kan man filtrere på, hvilke evalueringsspørgsmål brugeren skal have.

En tredje mulighed er, at man målretter sin undersøgelse mod alle, som er på brevkassens hjemmeside og f.eks. lader folk evaluere alle brevkassesvar med thumbs up eller down, stjerner eller andet. Det skal dog nævnes, at denne metode ikke kan stå alene, da det vil være en spontan feedback, og derfor ikke kan anses som hverken systematisk eller repræsentativ.

MAILRÅDGIVNING

Ved mailrådgivning er det oplagt at medsende et link til en elektronisk spørgeskemaundersøgelse, når man sender sit svar til den rådsøgende. Man kan f.eks. formulere en kort generisk tekst om evalueringen, der også indeholder et link til undersøgelsen, som rådgiveren let kan kopiere ind i alle mailsvar.

Ved mailrådgivning kan man også, som tidligere nævnt, bede den rådsøgende stille op til et kort uddybende kvalitativt interview.

SPØRGSMÅL TIL BØRN

Med børn som målgruppe skal brugerevalueringen selvsagt være tilpasset aldersgruppens sproglige og forståelsesmæssige niveau. I hovedreglen vil børn fra ti år og opefter kunne læse simple spørgeskemaer nogenlunde sikkert. Børn og unge bliver i dag i høj grad eksponeret for spørgeskemaer gennem forbrugerundersøgelser, undersøgelser i skolen mv. og vil derfor ofte være bekendte med konceptet bag f.eks. en elektronisk survey.

Når man udarbejder spørgeskemaer, bør spørgsmålene formuleres så simpelt som muligt, så risikoen for misforståelser mindskes. Man skal derfor være opmærksom på *betydningsvidden* af ord – dvs. hvor mange betydninger og fænomener et enkelt ord kan rumme. F.eks. kan ord som anerkendelse, trivsel og tryghed forstås på flere måder og være abstrakte og svære begreber for børn at forstå. Ønsker man at afdække sådanne begreber, skal man forsøge at *operationalisere* begreberne ved at oversætte dem fra faglige og teoretiske begreber til den levede virkelighed.

Hertil kommer, at spørgeskemaerne ikke må være for lange, hvilket dog også er en vigtig huskeregel ved spørgsmål til voksne. En typisk brugerevaluering til børn og unge kan afdækkes på 3-5 spørgsmål, medmindre man ønsker at gå i dybden med en række baggrundsspørgsmål (alder, køn, familieforhold mv.) eller afdække større emner såsom barnets trivsel.

En række af de førnævnte generiske spørgsmål er tilpas enkle til, at de også kan stilles til børn og unge. Det gælder bl.a.:

Var rådgivningen en hjælp for dig?

Følte du, at rådgiveren forstod dig?

Følte du, at rådgiveren tog dig alvorlig?

Det er altid en god idé at pilotteste spørgeskemaet, inden man tager det i brug. Det kan f.eks. være ved at lade en gruppe børn inden for målgruppen besvare spørgeskemaet på papir og efterfølgende tage en snak med dem om, hvordan de forstod spørgsmålene, hvad de tænkte, inden de svarede, og om svarkategorierne var dækkende.¹³

TEKNISKE LØSNINGER TIL KVANTITATIV BRUGEREVALUERING

I forbindelse med brugerevaluering kan man have behov for tekniske løsninger til opsætning af spørgeskemaer og til den efterfølgende databehandling. Mange programmer kan begge dele. På skriftlige medier kan man typisk sende et link direkte vha. af disse programmer. Ved telefonrådgivning kan der derimod være nogle særlige tekniske behov, hvilket gennemgås sidst i dette afsnit.

PROGRAMMER TIL OPSÆTNING AF SPØRGESKEMAER

Ønsker man at benytte et spørgeskema, findes der en række programmer, som kan bruges til selve opsætningen af spørgeskemaet. Af programmer kan bl.a. nævnes SurveyMonkey, LimeSurvey, Analyzer, Google Forms, Elementer i Microsoft (f.eks. Forms, Sharepoint) og Basechat (som en integreret del af deres chatsystem). Flere af programmerne har en gratis version, men man skal ofte betale, hvis man vil have adgang til at gennemføre mere omfattende brugerevalueringer.

PROGRAMMER TIL KVANTITATIV DATABEHANDLING

Når evalueringsbesvarelserne efterfølgende skal behandles, skal man være opmærksom på, at ovenstående programmer i flere tilfælde også kan opstille tabeller og diagrammer, som giver et fint overblik over resultaterne. Derudover kan en rigtig stor del af både databehandlingen, analyserne og fremstillingen af resultaterne udarbejdes i Microsoft Excel.

Power BI er også et brugbart redskab til at analysere og præsentere data. Power BI kan ofte kobles direkte sammen med et spørgeskemaprogram, så data automatisk hentes ind til analyser i Power BI. Ønsker man at gennemføre mere avancerede analyser og skal behandle store datasæt, kan programmer som R, STATA, SPSS, SAS mv. være nyttige.

I afsnittet *Efterfølgende brug af data* er det uddybet, hvordan data efterfølgende kan behandles og bruges.

SÆRLIGE BEHOV VED BRUGEREVALUERING PÅ TELEFONRÅDGIVNING

Ønsker man en kvantitativ brugerevaluering på sin telefonrådgivning, kan det ofte være en udfordring at finde et teknisk setup, som kan samarbejde med ens telefoni-setup, lever op til rådgivningens krav om anonymitet og i øvrigt dækker rådgivningens behov. På næste side er beskrevet mulige setups, som kan give inspiration til, hvordan en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse kan se ud.

RådgivningsDanmark har været i kontakt med en række leverandører, der udbyder løsningerne eller dele af løsningerne, som er beskrevet på næste side. Kontakt evt. sekretariatet for at høre mere om mulige leverandører til de forskellige løsninger.

Som nævnt, findes der også løsninger, som ikke kræver samarbejde med eksterne leverandører. Dette kan f.eks. være løsninger, hvor brugerne i en given periode viderestilles til en anden medarbejder eller intern evaluatør i organisation, som stiller spørgeskemaspørgsmålene eller gennemfører et interview med brugeren.

EKSEMPEL 1

Før en samtale bliver opkalderen spurgt via talebesked, om vedkommende vil deltage i en brugerundersøgelse efter rådgivningen. Opkalderen trykker 1 for *ja* og 2 for *nej*.



Hvis brugeren har trykket 1, vil vedkommende modtage en sms med et link til et spørgeskema eller selve evalueringsspørgsmålene på SMS.

**EKSEMPEL 2**

Før en samtale bliver opkalderen spurgt via talebesked, om vedkommende vil deltage i en brugerundersøgelse efter rådgivningen. Opkalderen trykker 1 for *ja* og 2 for *nej*.



Hvis brugeren har trykket 1, læses en talebesked op med evalueringsspørgsmål. Brugeren besvarer ved at trykke på et givet tal. Alternativt kan brugeren blive ringet op efter samtalen er slut. I opkaldet vil brugeren høre talebeskeder og svare på evalueringsspørgsmål via telefonens taster.

**EKSEMPEL 3**

Rådgivnings-samtalen



Ved et opkalds afslutning spørges opkalderen, om vedkommende vil deltage i en evaluering af rådgivningen. Hvis personen siger ja, kan rådgiveren trykke på en knap i et registreringssystem, så der efterfølgende sendes et link til spørgeskema ud på sms til opkalderen. Ringer opkalderen med skjult nummer kan rådgiveren evt. bede om nummeret, hvis opkalderen ønsker at deltage i brugerevalueringen, og derefter udsende evaluering med sms til brugeren.

**EKSEMPEL 4**

Rådgivnings-samtalen



Ved et opkalds afslutning spørges opkalderen, om vedkommende vil deltage i en evaluering af rådgivningen. Hvis personen siger ja, beder rådgiveren brugeren blive på linjen. Herefter læses talebeskeder med evalueringsspørgsmålene op, som brugeren besvarer ved at trykke på et givet tal.



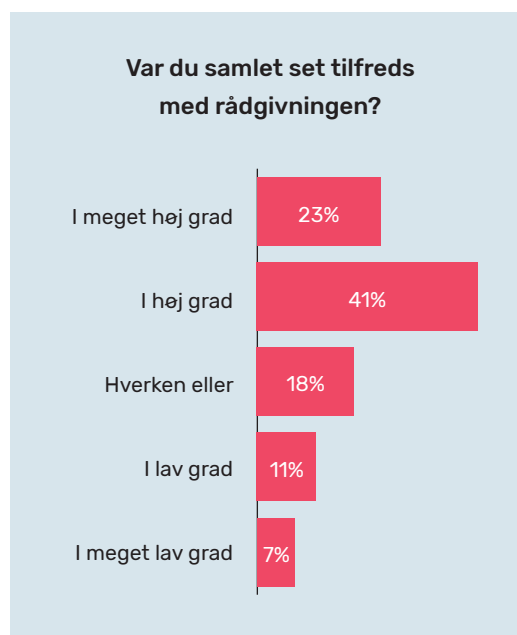
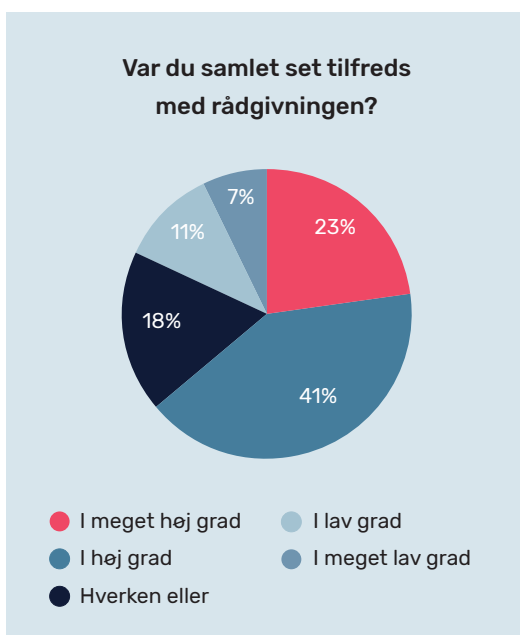
EFTERFØLGENDE BRUG AF DATA

ANALYSE AF DATA

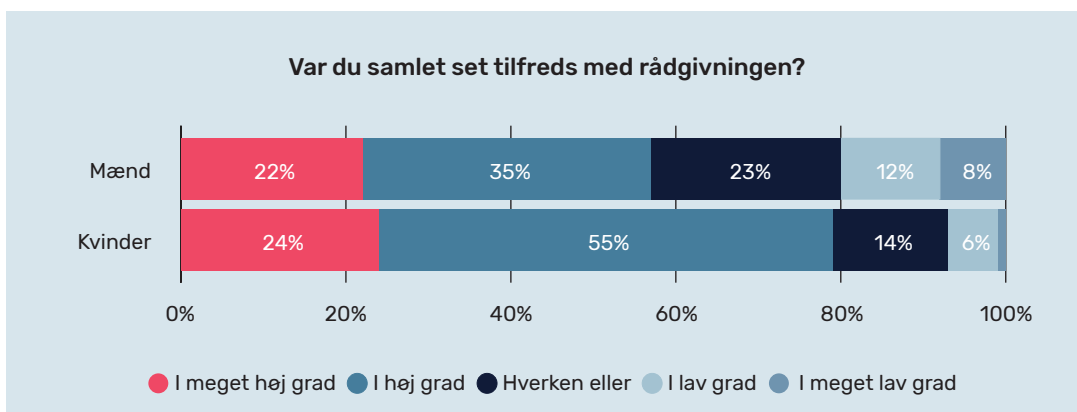
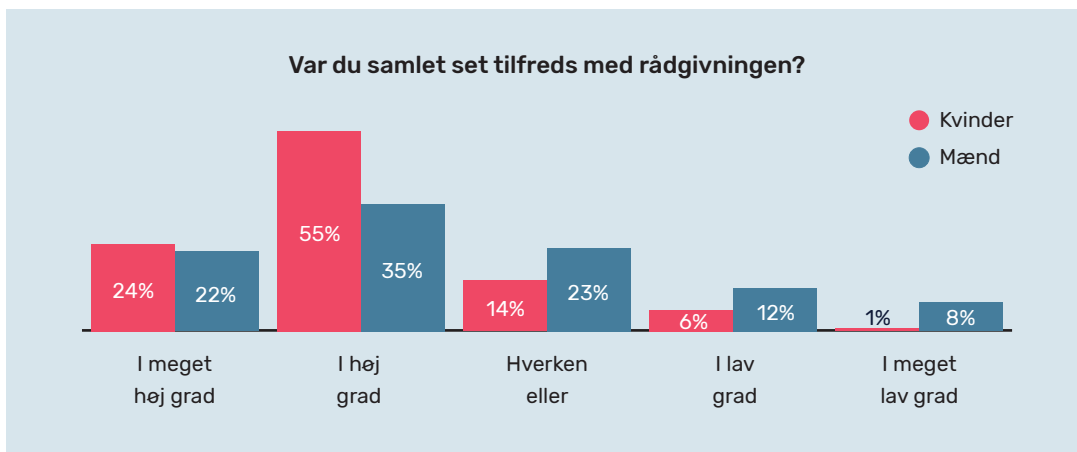
Den efterfølgende brug og analyse af data afhænger selvfølgelig af, hvilken type data man har indsamlet. Har man gennemført en kvalitativ brugerevaluering gennem f.eks. interviews med brugerne, kan man, hvis der er tid og ressourcer til det, med fordel transskribere interviewene. Som udgangspunkt tager en times interview cirka otte timer at transskribere. Alternativt kan der skrives små referater af interviewene, hvor udvalgte og centrale citater skrives helt ud, så de kan benyttes senere. Transskribering er en god måde at få overblik over ens materiale, og derudover muliggør det en nem anonymisering og deling af interviews. Når man transskriberer, er det vigtigt at tage stilling til, hvordan man vil transskribere. Det kan f.eks. være, at man ønsker at være så ordret som muligt, eller at man ønsker at medtage pauser og kropssprog i transskriberingen.

Efter transskriberingen kan man vælge at kode interviewmaterialet med nøgleord, der beskriver et tekstsegment. Kodning af interviewmateriale bruges til at organisere og identificere bestemte meningsfulde dele af data. Det kan f.eks. være, at man ønsker at identificere bestemte temaer, der omtales af brugerne. Desuden kan kodning gøre det nemmere at sammenligne interviews på tværs, da man ikke behøver at læse hele interviews igennem igen. Afhængigt af datamængden kan mange kvalitative data behandles i Word, men der findes også mere avancerede programmer (f.eks. Nvivo til transskribering og kodning, Express Scribe til transskribering).

Som nævnt tidligere findes der forskellige programmer, som kan benyttes til databehandling af kvantitative data. I den sammenhæng kan det altid være en fordel at lave simple tabeller eller diagrammer, der viser fordelingen på de forskellige spørgsmål. Se eksemplet nedenfor.



Derudover kan evalueringresultaterne blive ekstra interessante, hvis de krydses med andre spørgsmål eller baggrundsplysninger, som f.eks. køn, alder, rådgivningskanal, tematik mv. Det er muligt at gøre dette, hvis brugerevalueringerne f.eks. kobles med de registreringer, der allerede gennemføres i rådgivningen. Alternativt kan der også spørges ind til disse oplysninger i forbindelse med brugerevalueringen. Se eksempler nedenfor.



Disse analyser giver mulighed for at undersøge, om der f.eks. er nogle brugergrupper, som er mere tilfredse med rådgivningen end andre, om der er større utilfredshed, når der rådgives inden for bestemte tematikker, og om brugeren oplever at have fået mere støtte/hjælp på en rådgivningskanal end andre.

Der findes programmer, hvor man kan sætte de selvvalgte tabeller og diagrammer op, og så lægge de nye brugerevalueringresultater ind, så diagrammerne automatisk bliver opdateret. Dette kan manuelt gøres i Excel og kan automatiseres mere i andre programmer som f.eks. det tidligere nævnte Power BI. På denne måde kan man løbende holde øje med evalueringresultaterne og nye tendenser i brugernes besvarelser.

DATAOPBEVARING OG GDPR

Ved indsamling og behandling af personoplysninger skal man naturligvis behandle data i henhold til databeskyttelsesforordningen, og man skal derfor bl.a. være opmærksom på:

- At man skal have et behandlingsgrundlag for at behandle de pågældende oplysninger.
- At man skal have en databehandleraftale, når man bruger underleverandører som f.eks. Enalyzer, SurveyMonkey, mv.
- At der gælder særlige regler, når man opbevarer følsomme personoplysninger, som f.eks. helbredsoplysninger.

Dette er ikke en udtømmende liste men blot eksempler på, hvordan man ifm. med bruger-evaluering og brugerregistrering særligt skal være opmærksom på GDPR-lovgivningen. Man kan læse mere om krav om behandlingsfortegnelse, databehandlere, typer af personoplysninger og finde inspiration til udarbejdelse af politikker i RådgivningsDanmarks "[Vejledning til rådgivninger om databeskyttelsesforordningen og -loven.](#)"

DET VIDERE ARBEJDE MED RESULTATERNE

Når resultaterne er indsamlet og analyseret, bør det overvejes, hvem resultaterne skal videreformidles til. Dette kunne eksempelvis være:

Internt:

- Ledelsen
- Rådgiverne
- Medarbejdere tilknyttet rådgivningen
- Andre relevante medarbejdere i organisationen

Eksternt:

- Bevillingsgivere
- Samarbejdspartnere
- Medier

Man bør derudover tage stilling til følgende:

- Hvor ofte skal brugerevalueringens resultaterne videreformidles til de forskellige aktører?
- Hvilke roller de forskellige aktører skal have. Hvem skal f.eks. blot orienteres om evalueringens resultaterne, og hvem skal inddrages i fortolkningen af dem? Hvilke aktører skal drøfte resultaterne og forholde sig til eventuelle ændringer, der skal gøres på baggrund af resultaterne? Sidstnævnte vil ofte inkludere ledelsen.
- Hvem har ansvar for de forskellige dele i processen? Hvem videreformidler resultaterne? Hvem følger op på de drøftelser og eventuelle justeringer, disse har medført?

Det er RådgivningsDanmarks anbefaling, at brugerevalueringsresultaterne bliver videreformidlet til rådgiverne. Dette kan både øge motivationen blandt rådgiverne, men også imødekomme den evalueringsskepsis eller -træthed, der eventuelt måtte være. Der findes mange forskellige måder at videreformidle resultaterne på til rådgiverne. Dette kan eksempelvis gøres ved at udsende centrale fund fra resultaterne på mail eller i nyhedsbrev til rådgiverne. Benytter man allerede en specifik online platform til kommunikation med og koordinering af rådgivere, kan det være oplagt at lægge resultaterne op på denne (se eksempel i boksen). Det kan også være oplagt at gennemgå resultaterne eller udvalgte resultater ved et møde med rådgiverne f.eks. en eller to gange om året. Dette giver ligeledes rådgiverne mulighed for at forholde sig til og drøfte med de andre rådgivere, hvorfor evalueringen viser det, den gør, samt overveje om resultaterne skal føre til ændring af rådgivningspraksis, opkvalificering inden for bestemte tematikker eller målgrupper mv.

EKSEMPEL: Når rådgiverne logger ind på deres online platform hos Dansk Stalking Center, kan de se opdaterede brugerevalueringsresultater (f.eks. diagrammer der viser brugernes tilfredshed), samt udvalgte citater fra nogle af de brugere, som har deltaget i brugerevalueringen. Resultaterne opdateres ca. en gang om måneden.

NOTER

- 1 De seks overvejelser, man kan gøre sig i forbindelse med brugerevaluering, er inspireret af NordeaFondens Evalueringsguide fra 2020.
https://nordeafonden.dk/sites/nordeafonden.dk/files/media/document/Evalueringsguide-2020_interaktiv.pdf
- 2 Læs mere om fokusgrupper i kapitlet "Fokusgrupper" af Bente Halkier i bogen Kvalitative metoder: En Grundbog af Svend Brinkmann og Lene Tanggaard (Hans Reitzels Forlag, 2015).
- 3 Læs mere om brugerinddragelse i denne guide af Enhed for Evaluering og Brugerinddragelse, Region Hovedstaden fra 2015.
https://www.regionh.dk/patientinddragelse/udgivelser/udgivelser/Documents/spoerg-brugerne_2udg.pdf
- 4 Læs mere om surveymetoden i kapitlet "Baggrund" i Survey af Morten Frederiksen, Peter Gundelach og Rikke Skovgaard Nielsen (Hans Reitzel Forlag, 2017).
- 5 Læs mere om interviewsituationen, interviews og observation i Systematik og indlevelse af Tove Thagaard (Akademisk Forlag, 2017).
- 6 Læs mere om spørgsmålsformuleringer, spørgeskemakonstruktion, svarprocent, repræsentativitet og bortfald i Et sociologisk værktøj af Erik Jørgen Hansen og Bjarne Hjorth Andersen (Hans Reitzels Forlag, 2. udgave, 2009)
- 7 Se WHO-5 trivselsindeks hos Social- og boligstyrelsen:
<https://vidensportal.dk/dokumenter/voksne-med-handicap/who-5>
- 8 Læs mere om Feedback Informed Treatment på Vidensportalen, Socialstyrelsen:
<https://vidensportal.dk/voksne/recovery/indsatser/feedback-informed-treatment>
- 9 Læs mere om Loneliness Scale i artiklen: "UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure." Af Russell DW (J Pers Assess. 1996;66(1):20-40.)
- 10 Læs mere om SDQ'en på Vidensportalen, Socialstyrelsen:
<https://vidensportal.dk/boern-og-unge/tidlig-opsporing/validerede-screeningsvaerktoejer-til-maalng-af-boern-og-unges-trivsel-sdq-og-seam>
- 11 Læs mere om etik ifm. kvalitative metoder i Kvalitative metoder: En Grundbog af Svend Brinkmann og Lene Tanggaard (Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 2. oplag, 2010) og om etik ifm. kvantitative metoder Et sociologisk værktøj af Erik Jørgen Hansen og Bjarne Hjorth Andersen (Hans Reitzels Forlag, 2. udgave, 2009)

- 12 Læs mere om det kvalitative interview og interviewguides i kapitlet "Interviewet: Samtalen som forskningsmetode" af Svend Brinkmann og Lene Tanggard i bogen Kvalitative metoder: En Grundbog af samme forfattere (Hans Reitzels Forlag, 2015).
- 13 Læs mere om inddragelse af børn i evaluering i Håndbog i børneinddragelse udgivet af Børnerådet.

Inspirationskatalog:

Brugerevaluering i rådgivningstilbud

© RådgivningsDanmark august 2023

Layout: Peter Waldorph

Læs mere

På www.raadgivningsdanmark.dk

Følg RådgivningsDanmark på [LinkedIn](#) og [X\(Twitter\)](#)

eller tilmeld dig [nyhedsbrevet](#).



Martinsvej 7, 2. sal

1926 Frederiksberg C

Email: info@raadgivnings.dk

Telefon: 61 31 70 28