

Moderator's Guide for Focus Groups

OMB Control No: 2127-0682: Focus Groups for Assessment of Creative Concepts Supporting a National No-Texting-While-Driving Campaign

FOCUS GROUP MODERATOR'S GUIDE

NOTE TO MODERATOR: *When group is fully assembled, read:*

Este focus group se está realizando para recopilar información que nos ayudará a comprender mejor sus opiniones sobre un problema importante de seguridad en las carreteras.

Esta recopilación de información es voluntaria y será utilizada únicamente con propósitos formativos para que podamos desarrollar programas informativos, diseñados para reducir el número de lesiones y muertes relacionadas con el tráfico. Una agencia federal no puede conducir o patrocinar este estudio, y una persona no está obligada a responder, ni puede ser sancionada por no cumplir con la recopilación de información sujeta a los requisitos de la Ley de Reducción de Trámites a menos que la recopilación de información muestre un número de control OMB actual válido. El número de control OMB para esta recopilación de información es 2127-0682. El informe público para esta recopilación de información está estimado en aproximadamente 75 minutos de aquí en adelante, incluyendo el tiempo para revisar las instrucciones, buscar fuentes de datos existentes, recopilar y mantener los datos necesarios, y completar y revisar la recopilación de información. Todas las respuestas de esta recopilación de información son voluntarias. Envíe comentarios sobre esta estimación o cualquier otro aspecto de esta recopilación de información, incluyendo sugerencias para reducir este estimado a: Information Collection Clearance Officer, National Highway Traffic Safety Administration, 1200 New Jersey Ave, S.E., Washington, DC, 20590

NOTE TO MODERATOR: *Disclose presence of observers and video-recording (in lieu of "note taking")*

"Warm-up" discussion topic:

¿Que es lo que más les molesta sobre otros conductores?

Probe for brief explanation if response is just a few words

NOTES TO MODERATOR:

Transition to discussion about advertising ideas.

Explain that group will view four TV commercials dealing with cell phone use while driving.

Explain the animatics format of the commercials. Emphasize the point that the commercial in final form will not be animated.

To help respondents “calibrate” their minds for how the animatics version and final commercial are related, show an example; use “Heavy Machinery” animatics and final/finished video version. Explain that these are just examples, and that they do not deal with texting while driving.

After showing demos, remind group that they’ll see four different animatics spots that deal texting and driving.

Hand-out first of four notes sheets (see page 4 for reference), and direct participants to briefly note their thoughts about each commercial after it has been shown, i.e., what they like, don’t like, main thing(s) they thought about or remembered while seeing it, and a grade.

Show first commercial. They will be titled simply “A,” “B,” “C,” and “D” to minimize any bias the commercials’ names might lend. Order of presentation will be changed for each group, also to minimize bias. After first showing of each commercial, stop DVD for the participants’ quick notes, then discussion.*

“(internal name of idea)” will be titled “A”

“(internal name of idea)” will be titled “B”

“(internal name of idea)” will be titled “C”

“(internal name of idea)” will be titled “D”

¿Cuántos de ustedes le dio una “A?”, “B?” --- etc. for all grades

NOTES TO MODERATOR: *For each of the highest and lowest grades, probe for reasons why*

If commercial gets high grades from most participants, probe those who graded it “B” or “C” relative to, “What would need to be done to the commercial so that you might give it a higher grade?”

Obviamente, el propósito principal del comercial es recordarle a la gente que textear al manejar es ilegal, y la policía está buscando a las personas que rompen las leyes.

¿Qué cosa(s) en el comercial ayudan a comunicar este mensaje?

¿Qué cosa(s) en este comercial sobresalen o se vienen a la mente?

¿Qué tan claro es el mensaje en este comercial?

NOTES TO MODERATOR: Repeat the above steps and inquiries for the other three commercials.

Then, after all four have been shown and discussed:

De nuevo, considera que el objetivo del comercial es recordarle a la gente que textear al manejar es peligroso, y puede resultar en una infracción y multa. ¿Cuál de estos cuatro comerciales funcionaría mejor para comunicar ese mensaje de una manera interesante y memorable?

NOTE TO MODERATOR: *Poll group. Then probe for reasons/explanations*

(Hand out for each group member to independently comment on each commercial after it's shown the first time)

Notas para comercial "A" *(same sheets will be prepared and distributed for commercials "B," "C" and "D")*

Escriba lo que especialmente le gusta sobre este concepto

Escriba lo que no le gusta sobre este concepto

Escriba lo primero que se le viene a la mente del concepto

Póngale una calificación de A, B, C, D o F --- basado en la meta de comunicar y recordarle que si textean y manejan, la policía los va a multar.