För att kunna bearbeta den data som samlats in i enkäter delades svaren till de olika frågor som ställts i enkäten in under ett antal kategorier som baserades på vilket områden av undersökningen som frågorna behandlade. Användning av kategorierna underlättar sorteringen av data i av enkätsvaren som samlats in i enkäten. Kategorisering samlar också ihop de svar som grundar sig i frågor som behandlar samma typ av ämne. Samtliga frågor av enkäten kategoriserades och delades upp sinsemellan total fem kategorier och varje kategori summerar ett separat tema som ett antal frågor i enkäten undersöker.

Kategorisering underlättar också presentationen och strömlinjeformar studiens data i och med att all data inte presenteras tillsammans utan den presenteras separat efter de kategorier som förbestämts. Den första kategorin som frågorna delades upp inom handlade alla om deltagarnas internetvanor och användning av sociala, i denna samlades de frågor som samlades in data angående deltagarnas internetvanor samt undersöka hur deltagarnas aktivitet och användning av Facebook ser ut. Den andra kategorin inkluderar endast frågan om annonseringsfilter. Den tredje kategorin samlar ihop samtliga frågor som innefattar deltagarnas förväntade interaktion med de olika annonsformerna. Den fjärde kategorin sammanfattar deltagarnas åsikter gällande de två annonseringsformerna i enkäten, data om vilken annonseringsforms som föredras presenteras här. Utöver detta samlas data angående vilket designspråk som deltagare tycker lämpar sig bäst för dem. Den femte och sista kategorin sammanställer deltagarnas erfarenheter med sociala plattformar med inriktning på företags Facebook sidor. Här ska deltagarna svara på om det valt att följa ett företag på Facebook eller inte, här ska det också svara på om de valt att sluta följa ett företag på Facebook. I den sista frågan i enkäten ges deltagarna en möjlighet att lämna in ett mer detaljerat svar om de valt att sluta följa ett eller flera företag av någon anledning. En av frågorna som enkäten ställer saknar kategoriseringen de denna faktiskt genomsyrar sig in i samtliga kategorier och detta är frågan hur gamla studiedeltagarna är vilket är någonting som är relevant att kombinera med samtliga data som enkäter samlar in oavsett vilken kategori det behandlar.

Tidigare forskning har legat som grund till ett antal frågor som skapades i enkätstudien. Exempel på detta är frågan om annonsdesign som undersöker om deltagarna föredrar annonser som är animerade och i rörelse eller stilla statiska annonser togs fram för att se om denna studies resultat skiljer sig från Lee et al (2015) undersökning. Ett åter kommande tema i den tidigare forskningen har kretsat kring användares deltagande och delaktighet på sociala plattformar. Enkätfrågorna utformades med detta i baktanken exempelvis ställs frågan om deltagare valt att följa ett företag på något socialt media, detta grundar sig i tidigare forskning som kommit fram till att mottagare idag gillar känslan av deltagande. Målet var se om deltagandeeffekten även stämde in på denna studie. Följdfrågan ställer istället frågan om deltagarna sluta följa ett företag på Facebook och varför de valt att sluta följa företaget. Eftersom att tidigare forskning inte jämförde de olika annonsformerna gentemot varandra saknades information om vilken av annonseringsformerna som mottagare föredrar. Därför utformades ett antal frågor för att fylla det hålet som tidigare forskning inte gjort. Detta grundar sig också i en av de frågeställningar som studien byggts upp kring och det som studien skall försöka svara och ta reda på. Det var en del av svårigheterna med utformningen av enkätfrågorna knytta ihop användardeltagande forskning med enkätfrågorna som ställs.

Demografisk målgrupp är en målgrupp som skapades för att ta reda på om det fanns något sammanhang mellan ålder och typ av internetanvändning bland sd Den kategorin placerade deltagarna i demografiska grupper, detta innefattade frågorna 1 till 3. D

På samtliga frågor som behandlade begrepp eller ämnen som inte varje person per automatik förstår utvecklades frågan för att vara enkel för alla att förstå. Men på frågorna som behandlade begrepp eller saker som det inte var självklart att användarna visste vad det var trots en fråga som anpassades för att majoriteten skulle förstå den fanns det ett svarsalternativ som gav deltagaren möjligheten att svara jag vet inte, svarsalternativet anpassades dock för att passa de frågor som detta kunde vara relevant för.