

## ESOMAR 26 Vragen om kopers van online steekproeven te helpen

### 1. Welke ervaring heeft uw bedrijf met het aanleveren van online steekproeven ten behoeve van marktonderzoek?

Panel Inzicht is een jonge veldwerkorganisatie die iedere maand duizenden completes levert aan verscheidene marktonderzoekbureau's. Wij hebben niet alleen kennis over panel management en online marktonderzoek, maar tevens over (geavanceerde) statistische analyses het scripten van vragenlijsten. Ons systeem is gebouwd om een groot aantal actieve onderzoeken aan te kunnen. Daar wij in Nederland zijn begonnen, hebben wij het merendeel van onze ervaring hier opgebouwd. We gebruiken dezelfde strategie in de andere landen waar we panels bezitten. We bezitten het grootste panel van Nederland, en streven naar dezelfde positie in België en Frankrijk.

### 2. Kunt u de bron(nen) omschrijven en uitleggen die worden gebruikt voor de totstandkoming van uw online steekproeven (zijn dit databases, panels, direct marketing lijsten, web intercept sampling, river sampling of iets anders?).

Sinds de start van ons panel in 2000 is het ons gelukt een doordachte strategie met betrekking tot panelwerving te volgen in alle drie de landen. Ieder panellid voltooit het double opt-in proces voordat hij/zij lid kan worden van het panel. Panelleden worden geworven door middel van tekstlinks, gerichte banners, e-mail campagnes, evenals door de hulp van een zorgvuldig geselecteerd team van mediapartners. Onze panelleden worden uitgenodigd om deel te nemen aan 'reguliere' vragenlijsten van verschillende grootte, maar tevens aan onderzoeken waarbij het panellid wordt gevraagd te luisteren naar een audiofragment of te kijken naar een videoclip. Daarnaast wordt thuisheten steeds populairder, evenals werving voor kwalitatief vervolgonderzoek.

### 3. Wat ziet u als het meest onderscheidende voordeel van uw steekproef ten opzichte van steekproeven van andere bedrijven?

Het hoogste aantal actieve panelleden binnen ons panel (wij hebben het grootste panel van Nederland) in combinatie met onze aandacht voor representativiteit en kwaliteit geven ons een voorsprong op andere steekproefbronnen van de markt. Bovendien is ons personeel universitair opgeleid in onderzoek en methodologie, wij kennen de statistiek dus door en door. Daarnaast geeft onze bovengemiddelde kennis met betrekking tot het bouwen van URL's, parameters en databases ons een voorsprong op anderen. Aangezien Panel Inzicht niet zou kunnen bestaan zonder haar panelleden, houden wij ons aan strikte richtlijnen met betrekking tot het behoud van leden. Inactieve panelleden hebben geen baat bij hun lidmaatschap en wij hebben geen baat bij inactieve panelleden. Het behouden van een hoge kwaliteit is onze hoogste prioriteit.

### 4. Indien de steekproefbron een panel of database is, wordt dit panel of deze database dan alleen gebruikt ten behoeve van marktonderzoek? Zo niet, leg dit uit.

Het panel wordt door Panel Inzicht gebruikt voor onderzoeksdoeleinden zoals online vragenlijsten en werving voor thuisheten, evenals werving voor kwalitatief onderzoek zoals focusgroepen en face-to-face interviews. Daarnaast wordt het panel gebruikt voor het verzenden van nieuwsbrieven.

### 5. Hoe werft u groepen die lastig te bereiken zijn via het internet?

Er worden specifieke werving campagnes gehouden ten behoeve van een representatief panel in alle drie de landen. Dit wordt behaald door ons beloningssysteem en door gerichte banners, e-mail campagnes, en ons zorgvuldig geselecteerde netwerk van mediapartners. Zodoende kunnen we er niet alleen voor zorgen dat de inschrijving van nieuwe panelleden zich voortzet, maar dat deze ook van een hoge kwaliteit is en een toevoeging is voor het juiste 'gebied' van ons panel.

## 6. Wat wordt mensen verteld wanneer zij worden geworven?

Nieuwe panelleden wordt verteld dat zij kunnen deelnemen aan het onderzoekspanel van Panel Inzicht en dat zij dan uitnodigingen zullen ontvangen voor online vragenlijsten. Dit proces vindt plaats na het reeds genoemde double opt-in proces. Panelleden van Panel Inzicht ontvangen een kleine beloning voor hun reactie op een onderzoeksuitnodiging, en tevens voor hun deelname aan die specifieke online vragenlijst. Daarnaast ontvangen leden punten voor het ontvangen van nieuwsbrieven, indien zij hebben aangegeven deze te wensen ontvangen.

## 7. Indien de steekproef wordt genomen d.m.v een panel, wat zijn de jaarlijkse aanwas, afval en behoud aantallen en hoe worden deze berekend?

Ons specifieke beloningssysteem en de activiteiten ten behoeve van behoud van panelleden garanderen actieve panelleden met wie we een goede relatie hebben. Inactieve panelleden ontvangen na 6 maanden een e-mail. Indien zij hier niet op reageren, worden ze automatisch uitgeschreven van onze panellijst. Op deze manier houden we ons panel 'schoon' en 'actief'.

## 8. Kunt u het opt-in proces omschrijven?

De inschrijving van een nieuw panellid vindt plaats na het double opt-in proces. Ieder nieuw lid moet zijn/haar inschrijving en e-mailadres bevestigen door te reageren op een bevestigingse-mail. Daarnaast worden onze panelleden zo nu en dan verzocht hun profielinformatie in te vullen/ te actualiseren.

## 9. Wordt er gebruik gemaakt van een identiteitscontrole? Wordt er gebruik gemaakt van procedures om frauduleuze respondenten te detecteren tijdens inschrijving? Zo ja, omschrijf deze.

Ja, iedere inschrijving van een nieuw panellid wordt gevalideerd door middel van een bevestigingse-mail. Pas na bevestiging van deze e-mail wordt de betreffende persoon lid van het Panel Inzicht panel. Frauduleuze respondenten worden geïdentificeerd door controles van IP adressen en controles met behulp van cookies.

## 10. Welke profielgegevens van panelleden zijn bekend? Van hoeveel leden worden deze gegevens verzameld en hoe vaak worden deze gegevens geüpdatet?

Verschillende gegevens van de panelleden worden opgeslagen in onze database. Al deze informatie wordt verstrekt door het panellid zelf. Panelleden worden regelmatig verzocht om hun profielinformatie bij te werken en/of volledig te maken, zodat wij hen uitnodigingen voor onderzoeken kunnen sturen waarvoor zij kwalificeren. Dit kan natuurlijk niet worden behaald voor alle onderzoeken. Fundamentele socio-demografische variabelen worden opgeslagen, evenals informatie betreffende werk, financiële situatie, woning, vakantie, media, etc. Dit helpt ons niet alleen bij het doelgericht benaderen van de respondenten, maar ook bij het uitrekenen van de haalbaarheid en kosten van de RFQ's (Request for Quota's).

## 11. Wat is de grootte en/of capaciteit van het panel, gebaseerd op actieve panelleden op een bepaald tijdstip? Kunt u uitleggen hoe deze leden zijn geworven?

Op 1 juli 2010 bestond ons panel uit 237.000 panelleden in Nederland, 42.000 in België en 406.000 in Frankrijk. Deze panelleden zijn geworven op verschillende manieren, die reeds besproken zijn. Het is echter niet altijd mogelijk om een bepaald panellid te herleiden tot een specifieke bron.

**12. Kunt u uw steekproefprocedure omschrijven, inclusief de uitsluitingsprocedure indien van toepassing? Kunnen steekproeven gericht worden getrokken op basis van meerdere bepaalde variabelen zoals tijdzone en locatie?**

Steekproeven worden gericht getrokken naar bepaalde socio-demografische variabelen. Het is tevens mogelijk een bepaalde groep panelleden uit te sluiten, evenals leden die hebben deelgenomen aan voorgaande onderzoeken. Alle informatie over deelnemende panelleden wordt opgeslagen voor toekomstig gebruik. Naast het versturen van uitnodigingen op basis van tijdzone en locatie is het ook mogelijk te selecteren op andere meervoudige kenmerken. Indien nodig, kunnen herinneringse-mails worden verstuurd naar leden die niet reageren.

**13. Kunt u uitleggen hoe mensen worden uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek? Hoe ziet een typische uitnodiging er uit?**

Panelleden worden middels een e-mail met de onderstaande lay-out uitgenodigd om deel te nemen aan een onderzoek. Zij ontvangen een kleine beloning wanneer zij hierop reageren, en uiteraard een beloning voor het deelnemen aan (en voltooiden van) de online vragenlijst. De uitnodiging, zoals hieronder getoond, omvat een korte omschrijving van het onderzoeksonderwerp, de lengte van het onderzoek (LOI), de beloning voor deelname, de link naar de vragenlijst en een link om je uit te schrijven (opt-out). Alle uitnodigingen hebben dezelfde opmaak, om goede responspercentages te behalen.



**14. Kunt u uw beloningssysteem omschrijven? Hoe wordt rekening gehouden met de lengte van de vragenlijst, de eigenschappen van de respondent of andere factoren?**

Als beloning krijgen panelleden die reageren op onderzoeken en/of deze voltooiën spaarpunten. Het aantal spaarpunten hangt af van de lengte van het onderzoek en het onderwerp. Punten kunnen worden ingewisseld voor geld.

**15. Hoe vaak worden panelleden benaderd voor online onderzoeken? Worden er gegevens bewaard over deelname van panelleden en worden er beperkingen gesteld met betrekking tot het aantal keren dat leden worden benaderd voor deelname aan een onderzoek?**

Panelleden ontvangen regelmatig uitnodigingen, ongeveer één keer per één/twee maand(en). Sommige leden worden vaker uitgenodigd, omdat zij deel uitmaken van een lastig te benaderen doelgroep. Er is geen limiet voor het aantal uitnodigingen dat wordt verstuurd naar onze panelleden; zij kunnen zelf beslissen of zij willen deelnemen aan het onderzoek of niet. Gegevens over deelname worden opgeslagen voor toekomstige uitsluiting alsmede voor het verstrekken van de beloning.

**16. Is er een privacy beleid opgesteld? Zo ja, wat staat in deze statement? Voldoet het panel aan alle regionale, nationale en lokale regelgeving met betrekking tot privacy, data beveiliging en kinderen (bijv.: EU Safe Harbour en COPPA in de VS)? Aan welke andere onderzoeksstandaarden conformeert uw bedrijf? (bijv. ICC/ESOMAR International Code, CASRO richtlijnen, etc)?**

Onze privacy statement kunt u vinden op onze website. Wij voldoen aan de richtlijnen van EMMA, DDMA, MOA en ICC/ESOMAR. Panel Inzicht is lid van zowel de Marktonderzoek brancheorganisatie (MOA), als van ESOMAR, de Europese brancheorganisatie voor marktonderzoek.

**17. Welke gegevens beveiliging / veiligheidsmaatregelen worden gebruikt?**

Door middel van een geavanceerd intern omleidingproces zien onze panelleden nooit de directe, eigenlijke onderzoekslinks, waardoor ongepast gebruik bijna onmogelijk wordt. Alle servers hebben meerdere back-ups zodat een hoge uptime wordt gegarandeerd. Profielinformatie wordt niet opgeslagen op dezelfde servers die het internetverkeer sturen, wat de beveiliging verbetert. Vanzelfsprekend heeft alleen geautoriseerd personeel toegang tot de data servers.

**18. Wordt er door u gebruik gemaakt van een kwaliteitsprogramma? Kunt u dit omschrijven?**

Ja, Panel Inzicht past een kwaliteitsprogramma toe dat is gebaseerd op de volgende aspecten:

- Double opt-in
- Blacklisting (zwarte lijsten)
- IP controles
- Cookie controles
- Controle van de consistentie van de gegevens

Respons en panelleden continu controleren garandeert een hoge respons kwaliteit.

**19. Neemt u ook onderzoeken af onder kinderen en jongeren? Zo ja, kunt u omschrijven hoe u hiervoor toestemming verkrijgt?**

Panel Inzicht benadert kinderen alleen via hun ouders. Daarnaast volgen wij de richtlijnen van MOA en ESOMAR betreffende kinderen en jongeren.

**20. Gebruikt u voor uw steekproeven ook wel eens steekproeven van andere panels? Hoe selecteert u deze partners? Brengt u de cliënt van tevoren op de hoogte indien u een panel van een andere partij gebruikt? Worden de panelleden ontdebeld?**

Wij maken geen gebruik van steekproeven van andere partijen.

**21. Hanteert u een beleid met betrekking tot panelleden die bij meerdere panels zijn ingeschreven? Welke maatregelen worden getroffen om de correctheid van de onderzoeksresultaten te garanderen, gezien het feit dat sommige individuen lid zijn van meerdere panels?**

Zoals eerder omschreven, is kwaliteit onze hoogste prioriteit. Lidmaatschap van meerdere panels staat niet gelijk aan lage kwaliteit van de respons. Derhalve sluiten wij panelleden die tevens lid zijn van een ander panel niet uit (wij zijn hiervan op de hoogte), maar gebruiken wij ons kwaliteitsprogramma om te bepalen of de respons zuiver is.

**22. Wat zijn de gewoonlijke percentages van panelleden die beginnen aan of stoppen met een vragenlijst, of deze voltooien? Hoe worden deze percentages berekend?**

Het startpercentage wordt berekend door het aantal verstuurd uitnodigingen te delen door het aantal panelleden dat daadwerkelijk op de uitnodiging klikt. Dit percentage ligt tussen 50 en 90 procent, afhankelijk van de gebruikte selectievariabelen. Het deelname percentage wordt berekend door het aantal completes / screenouts / quota stops te delen door het aantal respondenten dat is begonnen aan het onderzoek. Dit varieert gewoonlijk tussen 25% en 40%. Een lange vragenlijst heeft uiteraard een negatief effect op de deelname percentages, hoewel een hogere beloning dit effect verzacht.

**23. Worden individuele gegevens over uw panelleden met betrekking tot recente deelname geschiedenis, datum van inschrijving, bron, etc. bewaard? Bent u in staat uw cliënt te voorzien van een analyse van dergelijke individuele data?**

Gegevens op een individueel niveau worden bewaard. Deze gegevens zijn niet publiek beschikbaar voor cliënten.

**24. Gebruikt u technieken om de kwaliteit van de gegevens te analyseren en te valideren, om zodoende onoplettende en frauduleuze respondenten te identificeren? Zo ja, welke technieken gebruikt u en op welk punt van het proces worden deze ingezet?**

Panel Inzicht voorziet de cliënt altijd van 5%-10% meer completes om rekening te houden met frauduleuze of professionele respondenten. Tijdens het veldwerk voeren we controles van cookies en IP adressen uit. Naderhand zijn we in staat te controleren op speedsters en straightliners. Bovendien wordt de tijd die nodig is om het onderzoek te voltooien gecheckt. Op deze manier kunnen we frauduleuze panelleden identificeren en op een zwarte lijst plaatsen voor toekomstig onderzoek. De 5%-10% overcompletes zijn meestal voldoende om dit recht te trekken.

**25. Meet u de tevredenheid van de panelleden?**

In alle drie de landen wordt eens per jaar de tevredenheid van de panelleden gemeten.

**26. Van wat voor informatie voorziet u uw cliënt nadat het project is afgesloten?**

Wij zijn in staat de cliënt te voorzien van informatie over de doelgroep, de uitnodigingstekst, het aantal verstuurd uitnodigingen, het startpercentage en het deelnamepercentage. Indien noodzakelijk kunnen we ook gedetailleerde informatie over het afnemen van het onderzoek geven.