

MARKETAGENT.COM

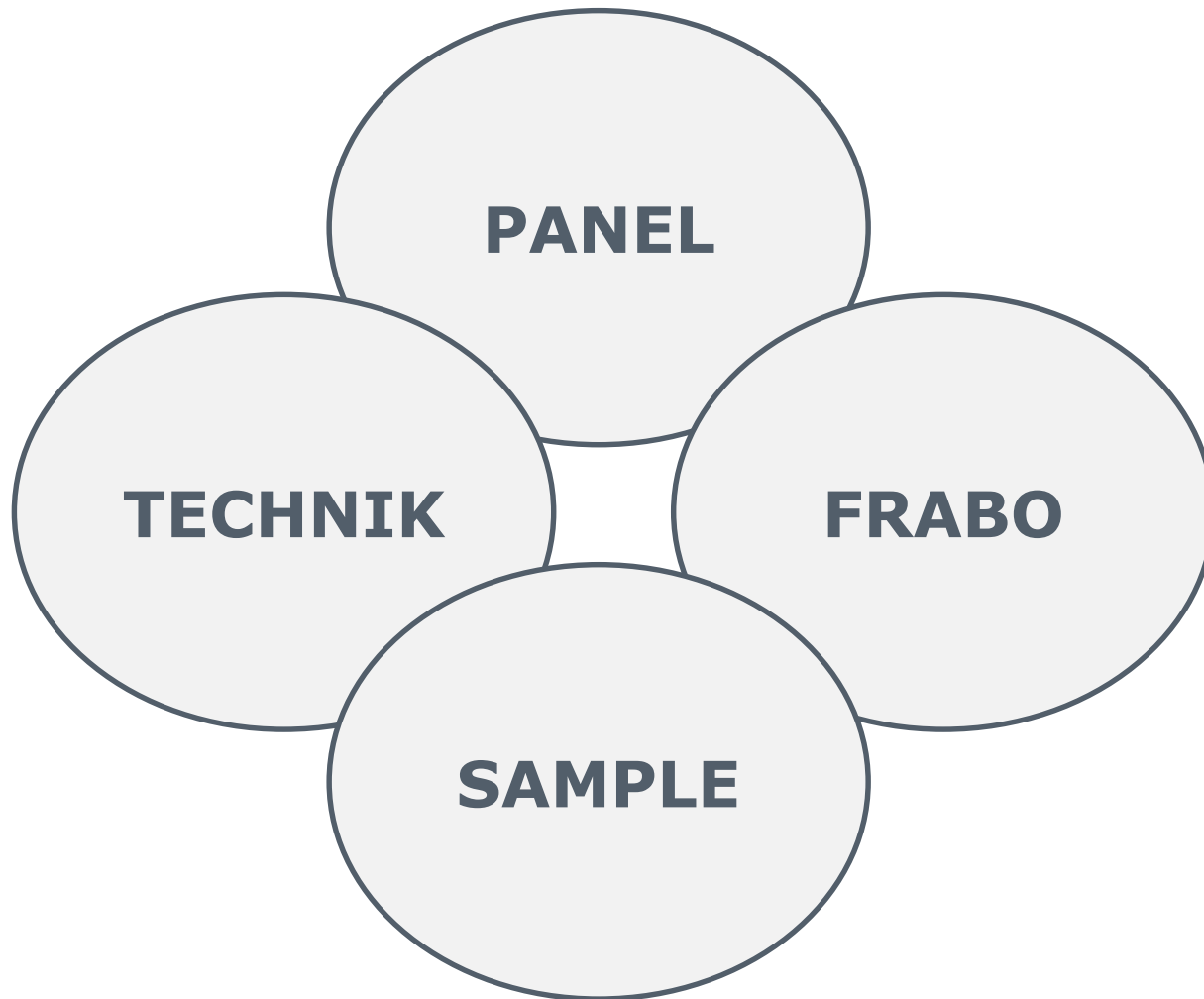
Digitale Markt- und Meinungsforschung



DO's & DON'Ts der Online Markt- und Meinungsforschung



Vier „klassische“ Tatorte in der Online Forschung












Die „gefährlichsten Waffen“ am Tatort PANEL

- ▶ Einseitige Rekrutierung bzw. ausschließliche Online-Rekrutierung
- ▶ Mangelnde Betreuung, kein aktives Panel-Management
- ▶ Mehrfach-Registrierungen im Panel
- ▶ Keine Qualitätskontrolle bei den Neuregistrierungen
- ▶ Veraltete Stammdaten
- ▶ Über- bzw. Unterforschung
- ▶ Weder Zeit- noch Themensperren
- ▶ Ein ungeeignetes Incentive-System
- ▶ Keine strikte Abgrenzung von Direct Marketing



Die „größten Patzer“ am Tatort FRAGEBOGEN

-  Zu langer FraBo
-  Zu Intensiver Einsatz von Matrix-Fragen | zu lange Matrix-Fragen
-  Ein nicht verdecktes Zielgruppen-Screening
-  Fehlerhafte Übersetzungen
-  Unklare Formulierungen
-  Wechselnde Skalierungen
-  Keine oder falsche Rotierungen
-  Falsche Routing-Führung
-  Forced Choice / falscher Umgang mit „Freiwilligkeit“



Die „schlimmsten Sünden“ am Tatort SAMPLE



Zu kurzes Feld | Heavy User Bias



Keine bzw. falsche oder zu wenig Quoten



Schiefe Quoten (keine Kreuzquotierung)



Fehlerhaftes Anschreiben | Der „Chanel-Jäckchen“-Fehler



Zugriff auf mehrere Panels | Panel-Overlap



Kein Softlaunch | Keine Abbrecher-Analyse



Unzureichendes Daten-Cleaning



Zu große Einladungsschübe



Kein Feasibility-Check vor dem Feldstart



Die „schlechtesten Ideen“ am Tatort TECHNIK



Lange Ladezeiten



Funktioniert nicht auf allen Browser-Versionen



Barrieren im Fragebogen (z.B. Endlosschleifen)



Keine Input-Validierung



Kein Load-Balancing zum Verteilen der Server-Last



Kein Fortschrittsbalken im FraBo



Fragebogen-Usability (Abstände, Anordnung, etc.)



Fragebogen-Design (Farben, Linien) | Animationen



Sujet-Schutz | Multimedia-Implementierungen ohne Check



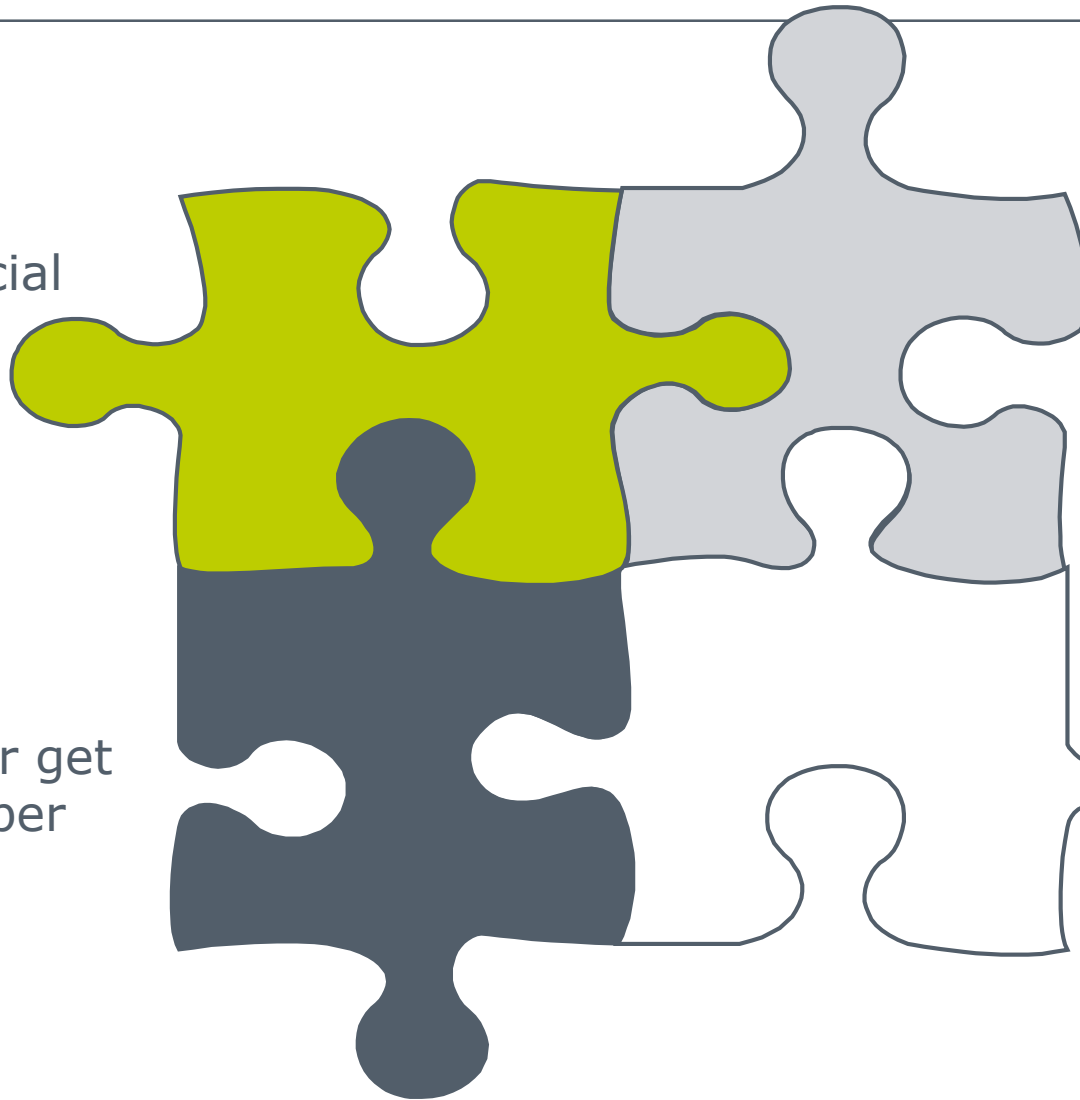
Die 8 schwerwiegendsten Fehlritte – schonungslos im Detail ...



Einseitige, nicht kontinuierliche Panel-Rekrutierung | kein Medienbruch



online & social
media



Print

member get
member

Telefon



Anmerkung: 32,3% aller Marketagent.com Panelisten haben bereits Freunde oder Bekannte angeworben (Mittelwert: 2,6 / Median: 2 Anwerbungen), Durchschnittliche Neurekrutierung: 482 Panelisten pro Tag (YTD 2012).

Mehrfach-Anmeldungen im Panel | kein Dubletten-Check



IP-Adresse



IP Geo-Fencing / Länder-Zugehörigkeit



Zeitzone



Cookies (bei Registrierung)



Bildschirm-Abmessungen / Auflösung / Farbtiefe



Browser-Software (Version, Spracheinstellung, Framework-Informationen)



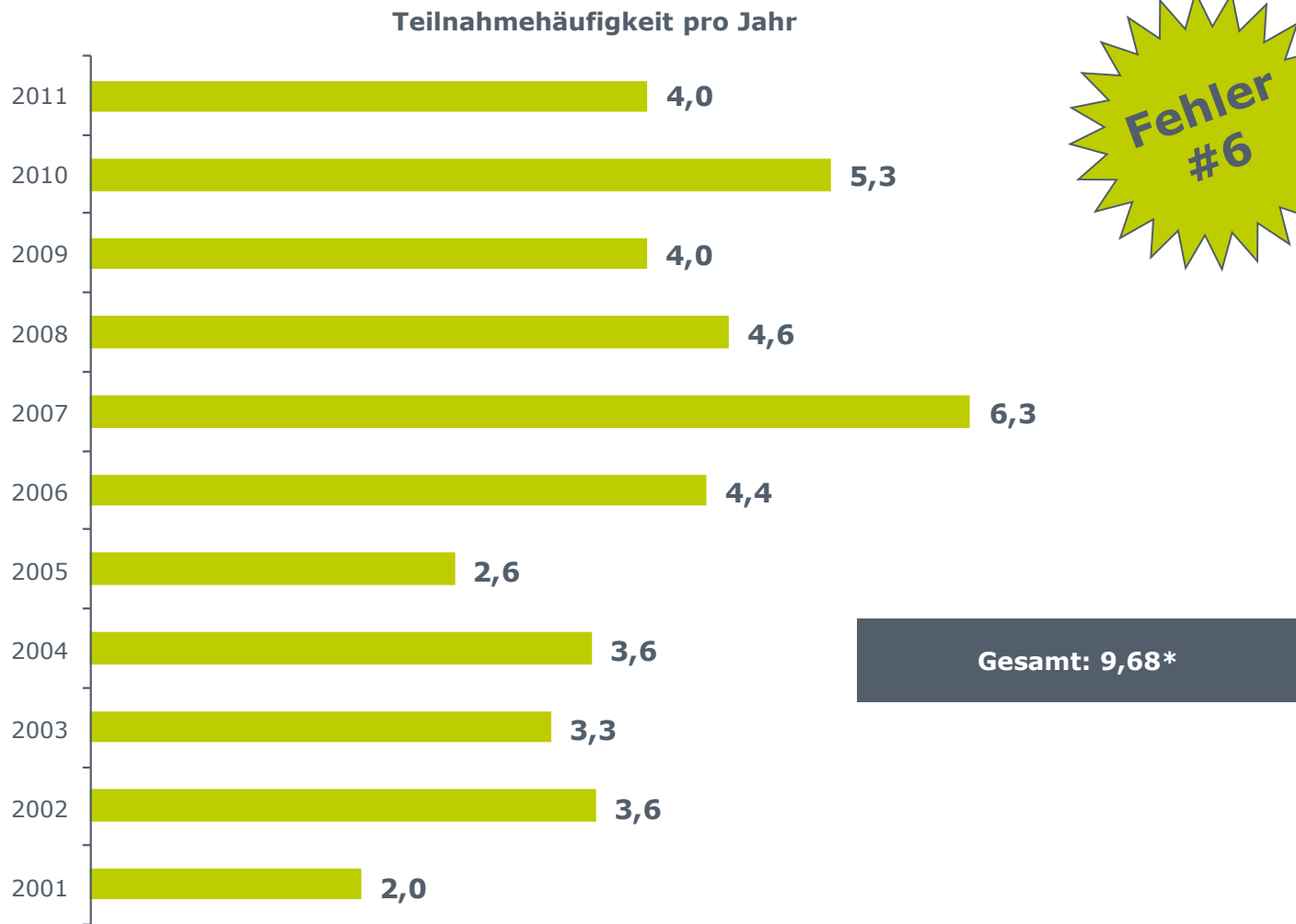
Betriebssystem-Informationen



unique machine ID | digital fingerprint



Überforschung | das Anzüchten von Profitestern



Quelle: Marketagent.com Meta-Daten-Analyse, Nov. 2011, *
Durchschnittliche Befragungshäufigkeit in der gesamten aktiven MA-
Karriere (intern+extern)

Unzureichendes Daten-Cleaning | Schlechte Interviewqualität tolerieren

Die fünf zentralen Säulen der Interview-Validierung



Speeding | Bearbeitungsdauer



Missings | Antwortverhalten bei offenen Fragen



Straightlining | Muster-Klicker bei Matrix-Fragen



Cheating | False-Answers



Inconsistency | Widersprüchlichkeit zu den Profildaten

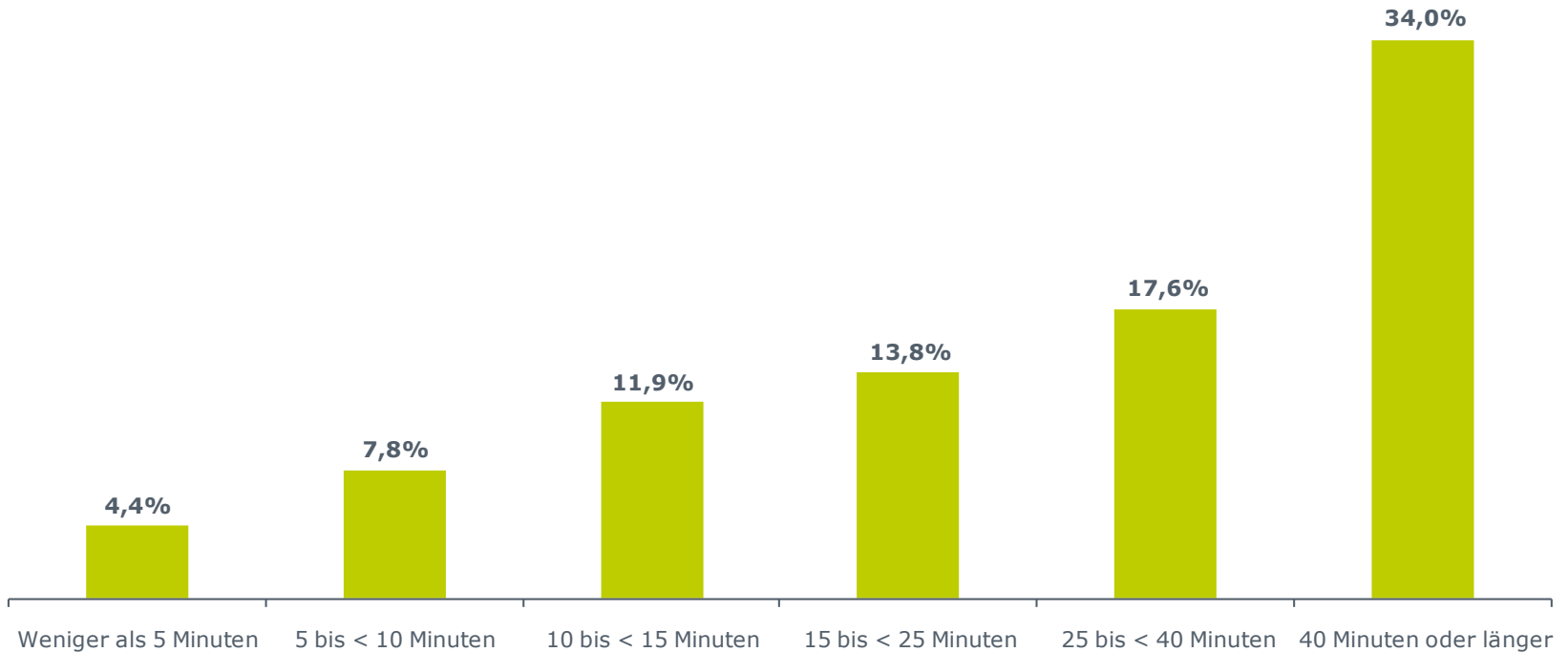


Zu langer Fragebogen

Abbruchrate in Korrelation zum Median der Interviewlänge



Ausfüllzeit pro Umfrage
Median: 09 Min. 09 Sek.*



Quelle: Marketagent.com Meta-Daten-Analyse, Nov. 2011, *nur Complete-Interviews

**Besser geht immer – fragen wir unsere
Panelisten ...**





Kontakt / Feedback / Rückfragen

Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0)2252 – 909 009

Marketagent.com online reSEARCH GmbH
Mühlgasse 59
A-2500 Baden

www.marketagent.com

