

Online onderzoek

Onderzoeksbureau Flycatcher

Anneke de Jongh

23 augustus 2011



Agenda

- Flycatcher – korte introductie, achtergrond, passie, visie en kernwaarden
- Online onderzoek
- Internetgebruik in Nederland
- Mogelijkheden online
- Soorten onderzoek
- Voorbeelden communicatie-onderzoek
- Ondersteuningsmogelijkheden
- Stellingen



Onderzoeksbureau Flycatcher

- Voortgekomen uit Universiteit Maastricht, nog steeds gelieerd
- 1e bureau dat zich specialiseerde in online onderzoek
- 11 jaar leidend online onderzoek
- Lid van Esomar, MOA, RKG
- 3 x ISO-gecertificeerd (onderzoeksbureau, panel, milieu)



Achtergrond

- Gezondheidswetenschappen (Universiteit Maastricht)
- Dr. Vic Damoiseaux, gepromoveerd effectiviteit massamediale campagnes
- Drs. Anneke de Jongh, afgestudeerd GVO en Japans
- Alle onderzoekers academische achtergrond
- Alle Business Engineers HBO+



Onze passie

- Monitoring: meten van effect van beleid, interventies, communicatie-uitingen en campagnes
- Door frequente meting is het mogelijk effect vast te stellen en waar nodig bij te sturen
- Een stukje van de puzzel oplossen



Visie

- Kennis en inzicht zijn onmisbare succesfactoren
- Een van de belangrijkste onderdelen van onderzoek: operationaliseren probleemstelling
- Wat, waarom en waartoe?
- Nadrukkelijk samenwerking: inhoudelijk (opdrachtgever) en methodologisch (onderzoeksbureau)
- Toekomst steeds meer nadruk op Onderzoek & Research Intelligence (intelligente rapportages)



Kernwaarden

- Kwaliteit
- Betrouwbaarheid
- Flexibiliteit



Online onderzoek

Vergeleken met traditionele methoden dataverzameling (schriftelijk, telefonisch, face-to-face):

- Snel: doorlooptijd 1 à 2 weken
- Gebruiksvriendelijk: antwoorden wanneer het beste uitkomt
- Betrouwbaar: geen interpretatiefouten interviewer
- Mogelijkheid gebruik ruime schaaltechnieken
- Mogelijkheid gebruik multimedia
- Mogelijkheid gebruik geavanceerde technieken (dynamische weergave, routing)
- Kostenefficiënt



Internetgebruik in Nederland (CBS)

- 2005-2008: aandeel Nederlanders van 12-75 jaar dat thuis beschikking heeft over Internetverbinding gestegen van 83% naar 93%
- Schatting voor 2011: verdere stijging naar 95%
- Jongeren: 100%
- Niet-westerse allochtonen inhaalslag: van 80% in 2005 naar 96% in 2009 (NB: verhoudingsgewijs meer jongeren in deze groep)
- Ruim 900.000 mensen geen Internettoegang thuis, m.n. ouderen (redenen: niet zinvol, wil niet)



Mogelijkheden online

- Internetpanel: vaste groep respondenten die regelmatig op vrijwillige basis meewerken aan onderzoek (Flycatcher panel – ISO-gecertificeerd, gem. 8 oz/jr, gem. respons 70%)
- Private panel (speciaal voor 1 opdrachtgever)
- Adresbestand opdrachtgever (1-malig oz)
- Anoniem onderzoek (bv. bezoekers website, in brief, in brochure)
- Applicatie op maat (Research Intelligence)



Soorten onderzoek

- Communicatie-onderzoek
- Behoeftte-onderzoek
- Imago-onderzoek
- Positioneringsonderzoek
- Draagvlakonderzoek
- Sociaal-wetenschappelijk onderzoek
- Klanttevredenheidsonderzoek
- Medewerkerstevredenheidsonderzoek



Voorbeelden communicatie-onderzoek

- Nieuwe ontwerpen bakfiets
- Milieuvriendelijke spuitbus
- Nieuwe slogan postkantoor
- Effect voorlichtingscampagne Hogeschool
- Tevredenheid over vakantie



Ondersteuningsmogelijkheden

- Uitvoering volledige onderzoek
- Advisering vragenlijst
- Pretest
- Veldwerk
- SPSS-data
- Statistische analyses
- Rapportages
- Geautomatiseerde dataverwerking en rapportage



Stellingen

- Onderzoek is vaak een sluitpost. Dat is jammer, want met goed onderzoek kunnen foute beslissingen voorkomen worden.
- Goed onderzoek vergt goede begeleiding.

