



31-05-2010

Wereldwijde erkenning voor baanbrekende onderzoekstechniek met sociale media

Het Europese onderzoeksbureau InSites Consulting ontvangt vijf awards voor zijn Social Media Nethnography. De techniek is baanbrekend wat betreft het verzamelen en toepassen van inzichten uit sociale media. Deze prijzen komen er na verschillende andere awards (ESOMAR, AMA, ARF en MOA) voor InSites Consulting, het innovatieve Europese marketingonderzoeksbureau.

Social Media Nethnography, een set revolutionaire onderzoekstechnieken om inzichten uit sociale media te ontdekken en toe te passen, kreeg dit jaar erkenning en lof van IBM in de vorm van de IBM SPSS Insight Award.

Maar de resultaten van de netnografische toepassing van InSites Consulting weekten aandacht en lof los in de hele marketing- en onderzoekssector.

- De Nederlandse stichting MWG beloofde InSites Consulting met de Hans du Chatinier-Prize op de AMMA Awards 2010.
- De Britse digitale denktank eConsultancy gaf het idee zijn Innovation Award in 2009.
- MOA (Nederlandse marktonderzoeksassociatie) bekroonde de innovatie van de techniek met de 2009 Feedback Innovation Award.
- En door de analyse van gebruikersgegenereerde content in sociale media toe te passen om zo het leven voor bejaarden te verbeteren, won Senior R&D Manager Annelies Verhaeghe van InSites Consulting de 2009 Young Researcher of the Year Award van ESOMAR.

Social Media Nethnography combineert de werkwijze, software en technieken van InSites Consulting met de voorspellende analyse van IBM om ongestructureerde gesprekken en feedback uit sociale media te verzamelen en te analyseren. Dergelijke inzichten kunnen teruggekoppeld worden naar productontwikkeling, diensten en entertainment, en de resultaten van veranderingen kunnen gemakkelijk gemeten worden

Waarom content uit online gesprekken bestuderen?

Volgens Annelies Verhaeghe, Senior R&D Manager bij InSites Consulting, zijn er meerdere redenen waarom marktonderzoek de content uit online gesprekken zou moeten bestuderen.

'Eerst en vooral kunnen opmerkingen op sociale media door iedereen gelezen worden, in tegenstelling tot traditioneel marktonderzoek waarbij individuele antwoorden niet publiek zijn. Of bedrijven het nu leuk vinden of niet, sociale media zijn vandaag de dag een volwaardig element in de communicatie en reclame die mensen beïnvloeden wanneer ze beslissen om al dan niet tot een aankoop over te gaan. Ten tweede zijn deze spontane antwoorden een welkome bron van informatie in een tijd waarin de responsgraad voor traditioneel onderzoek aan het dalen is. En ten slotte bevat online buzz nieuwe, kwaliteitsvolle informatie, die niet gemakkelijk verkregen wordt via traditioneel onderzoek. Het biedt de mogelijkheid om terug te keren in de tijd, toont een glimp van het moment van de waarheid en maakt het mogelijk om blinde vlekken te ontdekken die tot nieuwe marktinzichten zouden kunnen leiden.'

Persbericht - 31-05-2010

.....



Contact:
Niels Schillewaert
Managing Partner
Niels.Schillewaert@insites.eu
T +32 9 269 15 04 | M +32 497 52 35 25

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoekbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via de online community TalkToChange, bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. InSites Consulting telt meer dan 90 hooggeschoolde en ervaren medewerkers met kantoren in Gent, Rotterdam, Londen en Genève. InSites Consulting staat voor passion, openness, dedication & forward thinking. Meer informatie op onze site www.insites.eu en onze blog <http://blog.insites.be>.