



26-11-2008

InSites Consulting lanceert ON TRACK_: dé referentiestudie voor kids, tieners en jongerenmarketing

10 jaar na de lancering van Youth Online lanceert InSites Consulting ON TRACK_. De opzet is dezelfde: inzichten leveren aan kids, tieners en jongerenmarketeers. Anders dan Youth Online, gaat ON TRACK_ dieper in op een aantal relevante thema's en verschijnt er elke 3 maand een nieuw en gebruiksvriendelijker rapport. Het eerste rapport, ON SCREEN_, verschijnt eind februari 2009. Meer informatie en online bestellen kan op www.insites.eu/ontrack.

Youth Online wordt ON TRACK_

In 1998 organiseerde InSites Consulting voor de eerste keer het Belgian Youth Online onderzoek over kids, tieners en jong volwassenen. Dit tweejaarlijkse onderzoek bracht steeds inzichten over de evolutie en het gebruik van nieuwe media binnen deze doelgroepen.

Na 5 edities werd duidelijk dat de onderzochte nieuwe media, internet en mobiele applicaties, door jongeren niet meer aanzien worden als 'nieuw' en dat jongeren marketeers zelf geïnteresseerd zijn in ook andere topics. Daarnaast bleek ook de tweejaarlijkse frequentie van Youth Online ontoereikend om vlug te kunnen inspikken op nieuwe trends.

Nu, 10 jaar later, pakt InSites Consulting uit met ON TRACK_. Bovenop de gebruikelijke Youth Online thema's werden andere toegevoegd. De frequentie werd opgedreven. Elk kwartaal zijn er nieuwe onderzoeksdata rond 1 thema. Ook de reporting format werd aangepast. De lijvige rapporten werden vervangen door een 20-pagina rapport met de belangrijkste inzichten, aangevuld met een online reporting tool die toelaat om zelf alle data te bekijken en analyses op maat te maken.

De 3 thema's

De ON TRACK_ rapporten behandelen 3 thema's. Per kwartaal is telkens een thema beschikbaar.

- ON SCREEN_, verschijnt eind februari 2009

Welke 'schermen' bevinden zich in de buurt van jongeren, hoe worden ze gebruikt en wat wordt er allemaal op getoond: PC, web 1.0 & 2.0, mobile, (ID)TV, cinema, DVD, iPod, mp3, gaming console, portable toepassingen, Naast deze media, wordt ook nog steeds hun gedrag tov de meer 'klassieke' media zoals kranten, radio, enz. ondervraagd.

- ON THE HOUSE_, verschijnt eind juli 2009

Wie beïnvloedt wie bij de familie-aankopen of de aankopen specifiek voor en door kids en jongeren? Waar halen jongeren hun geld vandaan, het belang van pester power, hun eigen koopgedrag, hoe gaan ouders om met aankopen voor hun kinderen? Daarnaast wordt ook extra aandacht aan hun (t)huis gespendeerd. Hoe ziet de omgeving eruit waarin ze opgroeien?

- ON THE PLAYGROUND_, verschijnt eind oktober 2009

Waar spelen kinderen en jongeren mee: spelletjes, speelgoed, games, ... ? Wat gebeurt er op school en is relevant om te weten voor marketeers? Hoe ziet hun consumptiegedrag eruit, in en buiten de school/universiteit. Waarover spreken ze over met hun vrienden op de 'speelplaats'? Wat zijn hun ambities bij studie- en carrièrekeuze?

Om vlug te kunnen inspikken op trends en nieuwigheden wordt naast deze 3 thema's ook elk kwartaal gepolst naar dromen en nachtmerries van jongeren en hoe deze hun consumptiegedrag kunnen beïnvloeden.

Daarnaast wordt ook gepolst naar waar jongeren in het algemeen zoal over spreken: wat zijn hun favoriete bands, idolen, merken, winkels, ... ?

Brainstorms, forums en online communities als extra bron

ON TRACK_ wordt gesuperviseerd door Joeri Van den Bergh, managing partner van InSites Consulting en Director ON SNEAKERS, de kids en youth research afdeling. Elk rapport is gebaseerd op een nationale representatieve sample van telkens 800 personen. Doelgroepen zijn Kids (6-11 jaar), Tieners (12-17 jaar) en jong volwassenen (18-24 jaar). Naast een online vragenlijst werd ook op een kwalitatieve manier aanvullend onderzoek gedaan: user generated brainstorms, exit forums met mogelijkheid om multimedia content op te laden en een online community voor jongeren.

Persbericht - 26-11-2008

Naast de bestaande topics en vragenlijst, is het bij elk rapport ook mogelijk om als bedrijf ad hoc vragen toe te passen die specifiek polsen naar topics die hen bezighouden.

ON TRACK_ pakketten op maat

De prijs voor 1 rapport (1 thema, 1 doelgroep) is 1.500 Euro. Afhankelijk van de doelgroep waarop je werkt of de topics waarin je geïnteresseerd bent, kan je een pakket van diverse rapporten samenstellen.

Meer info over de opzet van de pakketten en online bestelling op www.insites.eu/ontrack. Vorige Youth Online studies werden al gekocht door Base, Coca-Cola, ebay, InBev, KBC, VRT, Toyota....

.....



Contact:
Joeri Van den Bergh
Youth & Trends Expert, Managing Partner
InSites Consulting
Joeri.vandenbergh@insites.eu
T +32 9 269 16 06 | M +32 496 232 919

InSites Consulting

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau 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 een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketingonderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 80 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op www.insites.eu.

InSites On Sneakers_ is de kennisdivisie van InSites Consulting die zich bezig houdt met onderzoek bij kinderen en jongeren van 0 tot 29 jaar. Joeri Van den Bergh is verantwoordelijk voor deze afdeling binnen InSites en daarnaast mede-oprichter en managing partner van InSites Consulting.