



22-01-2009

InSites Consulting lanceert “Online 1/1”

Een nieuwe Connected Research tool voor diepte-interviews en online user experience research

InSites Consulting lanceert een nieuwe Connected Research tool: “Online 1/1”. Deze tool laat diepte interviews en online user experience research vanop afstand toe, door het gebruik van VoIP en remote desktop technologie. Op de Citibank website werd zowel online als offline user experience onderzoek uitgevoerd die beide leiden tot identieke resultaten. Online user experience onderzoek heeft 3 voordelen in vergelijking met traditioneel onderzoek: efficiënter, hogere data kwaliteit en meer toegevoegde waarde. Online 1/1 behoort tot de reeks Connected Research tools, ontwikkeld door de R&D afdeling van InSites Consulting. Connected Research past de nieuwste interactieve internettechnologieën toe op onderzoek, waardoor deelnemers meer daadwerkelijk participeren en de vrijheid hebben zelf een bijdrage te leveren.

Online 1/1, een nieuwe tool voor online user experience research

Online 1/1 is een nieuwe tool, binnen de Connected Research tools van InSites Consulting, specifiek voor online user experience research. Deze tool zorgt ervoor dat via “Voice over IP” (VoIP) en remote desktop technologie diepte interviews vanop afstand kunnen gebeuren. De interface laat toe de desktop omgeving van de deelnemers te volgen evenals hun muisbewegingen. Respondenten en moderator communiceren met elkaar via chat, headset en VoIP. Zowel de participant als de moderator kan online materiaal (documenten, webpagina's, ...) tonen aan de andere partij.

Citibank Case: verschil in resultaat tussen online en offline user experience?

In samenwerking met Citibank werd een case opgezet om na te gaan of online user experience onderzoek al dan niet betere resultaten oplevert dan een traditionele onderzoeksopzet. Om de vergelijkbaarheid te maximaliseren, was de steekproef van respondenten eenzelfde mix van klanten en prospecten bij de online 1/1 en de traditionele opzet. Twee verschillende onderzoeksteams werkten op basis van eenzelfde briefing en werkten volkomen onafhankelijk. Bij beide opzetten werden vergelijkbare aanbevelingen voor de Citibank website geformuleerd.

Online user experience onderzoek: efficiënter, hogere data kwaliteit, meer toegevoegde waarde

Bij vergelijking van online user experience onderzoek versus traditioneel user experience onderzoek, komen **3 voordelen** naar voor:

1. Online user experience onderzoek is efficiëntieverhogend doordat het **kostefficiënter** en **minder tijdsintensief** is voor respondent, onderzoeker en marketeer.

Er zijn geen reiskosten, omdat zowel de moderator, de respondenten als de klanten niet moeten reizen. Ook de operationele kosten, zoals het reserveren van een interviewruimte, zijn lager gezien alle interviews gewoon thuis kunnen doorgaan. Hierdoor kan ook veel tijd bespaard worden.

2. De data kwaliteit bij online user experience onderzoek is **hoger**.

Doordat de geografische beperkingen wegvallen, kan de steekproef van deelnemers veel beter gespreid worden. Deelnemers geven ook de feedback dat ze zich meer in een natuurlijke en realistische omgeving bevinden. Iedereen gebruikt zijn eigen PC, toetsenbord en muis en werkt in hun eigen set-up en programmaomgeving. Deze natuurlijke “thuisomgeving” leidt tot minder druk om te presteren in vergelijking met een artificiële onderzoeksomgeving. De onderzoeker is niet fysiek aanwezig en is minder een storende factor. Respondenten voelen zich op hun gemak wat ook een positieve invloed op de lengte en eerlijkheid van antwoorden heeft.

3. Online user experience onderzoek levert meer toegevoegde waarde op.

Via online onderzoek kunnen we de natuurlijke internet omgeving van de respondent observeren, wat perspectieven opent om informatie te verzamelen die anders niet beschikbaar is. We komen te weten hoe zijn desktop eruit ziet, welke links er in zijn favorieten zitten, welke hun homepage is, welk operating system en browser ze gebruiken... Deze context informatie helpt ons beter de respondent te begrijpen.

Door deze voordelen is de methodologie zeer geschikt voor user experience research van websites. "Ook bij diepte-interviews werkt deze tool zeer efficiënt om bijvoorbeeld key opinion leaders in de B2B of farmaceutische sector te confronteren met brochures of andere visuele stimuli.", zegt Tom De Ruyck, "Deze tool wordt minder bruikbaar wanneer een sterke persoonlijke relatie tussen interviewer en participant belangrijk is. Daar werken face to face interviews beter."

Connected Research tools, de respondent wordt participant

De Online 1/1 tool kadert in een reeks Connected Research tools, ontwikkeld door de R&D afdeling van InSites Consulting. "Marktonderzoekers dienen hun methodes aan te passen en meer te interageren met de consument."zegt Tom De Ruyck, R&D Consultant. "Connected research houdt in dat InSites Consulting de nieuwste interactieve internettechnologieën (web 2.0 technieken) toepast op marktonderzoek. Terwijl de marktonderzoeker vroeger eenrichting communicatie aanging met zijn respondent, zorgen web 2.0 technieken voor meer interactie en ontstaat er een meer gelijke relatie tussen onderzoeker en participant."

InSites Consulting past deze web 2.0 trend toe binnen onderzoekstrajecten met een duidelijk objectief: het verbeteren van marktonderzoek om zo tot betere inzichten voor marketeers te komen. Deze technieken vervangen niet de traditionele methodes, maar laten toe om additionele inzichten te capteren of onthullen binnen sociale interacties en conversaties. Het R&D team binnen InSites Consulting ontwikkelde deze onderzoekstools met toepassing van hun expertise en methodologische kennis. Deze tools beantwoorden aan specifieke marktonderzoeksnoden binnen de markt.

Meer informatie over Connected Research op <http://www.insites.eu/connectedresearch>.

.....



Contact:
Tom De Ruyck
R&D Consultant
tom.deruyck@insites.eu
T +32 9 269 14 07 | M +32 497 885 882

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.

De R&D afdeling staat in voor de ontwikkeling van innovatieve onderzoeksmethodes die tegemoet komen aan klantennoden en aan markttuitdagingen binnen het domein van marktonderzoek. Het R&D team publiceert regelmatig wetenschappelijke papers binnen bedrijf- en academische wereld en zijn frequente sprekers op workshops en internationale congressen. Meer info over R&D binnen InSites Consulting op www.insites.eu.