
Kvalitet, paneler och urvalsdragning

Userneeds paneler är Sveriges respektive Danmarks största enhetligt rekryterade paneler med cirka 110 000 respektive 95 000 aktiva panelmedlemmar. Userneeds har dessutom paneler i Finland (40 000 panelmedlemmar), Norge (28 000 panelmedlemmar), Irland (32 000 panelmedlemmar) och Schweiz (10 000 panelmedlemmar) – alla tal från februari 2017.

Panelens storlek ger Userneeds samarbetspartners en unik möjlighet att genomföra nationellt representativa undersökningar, segmentundersökningar, mycket stora representativa undersökningar och trackingstudier med nya respondenter i varje omgång

Antalet panelmedlemmar är dynamiskt. Userneeds definierar en aktiv medlem som en medlem som har svarat på minst en undersökning det senaste året. Genom en automatisk process ser vi till att panelmedlemmar som inte har besvarat en undersökning på 12 månader automatiskt flyttas ut från A-panelen. Varje månad rapporteras panelmedlemmarnas aktivitet och om aktivitetsnivån är för låg så tas medlemmen bort från den aktiva panelen och blir därmed inte inbjuden att delta i några undersökningar.

Userneeds är dedikerade till att höja branschstandarderna gällande datainsamling online. Som ett bevis på Userneeds arbete med datasäkerhet och metod mottog Userneeds under 2008 ett godkännande för att insamla och lagra personuppgifter från Datatilsynet i Danmark. Userneeds är, så vitt vi vet, den enda dataleverantören i Danmark som har fått detta godkännande.

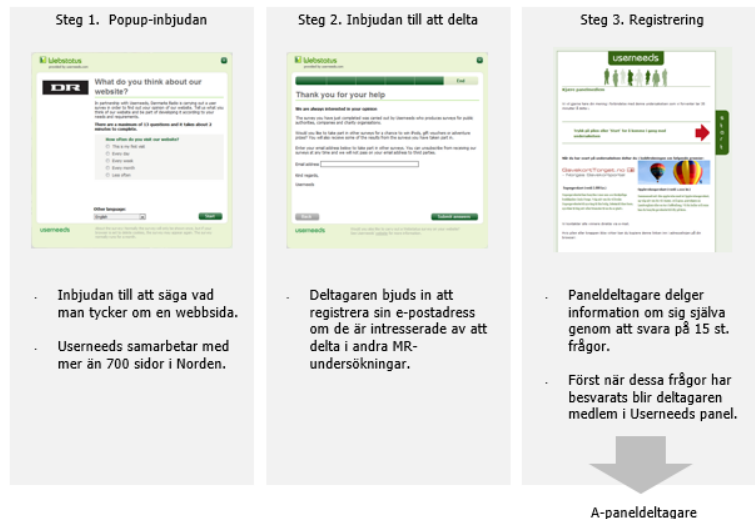
Om panelerna

Userneeds är mycket medvetna om att den metod som används för rekrytering har betydelse för hur fördelningen av panelmedlemmar faller ut på olika variabler såsom kön, ålder, geografi, utbildning, inkomst, politiska övertygelser och så vidare.

Det är ett allmänt antagande att internetbaserade paneler har en överrepresentation av högutbildade, höginkomsttagare, storstadsbor och personer med hög internetanvändning. I paneler där medlemmarna själva anmäler sig är denna överrepresentation särskilt uttalad.

Userneeds tillåter inte att man själv anmäler sig till panelen och vår metod säkerställer att insamlad data från panelerna är representativa, även på fler variabler än endast kön, ålder och geografi.

Userneeds rekryterar panelmedlemmar genom samarbete med 400-500 hemsidor, där Userneeds en till två gånger om året lanserar en användarundersökning. Därmed får Userneeds en unik tillgång till att kontakta potentiella panelmedlemmar med en stor spridning gällande egenskaper.



Userneeds har en pannellojalitetsavdelning som endast ägnar all sin tid till panelrekrytering och panelens kvalitet. Där arbetar sociologer som kontinuerligt genomför GAP-undersökningar av panelen och identifierar de segment där panelen saknar medlemmar. På så vis ges möjlighet att i rekryteringsprocessen arbeta målinriktat med panelens demografiska sammansättning. Detta är grunden för att kunna leverera en valid slutdata.

BRED REKRYTERING	Exempel från Sverige 	Exempel från Danmark 	
GAP-ANALYS (Panel vs. lokal statistik)	Regionala skillnader efter kön 	Internetanvändning 	Utbildning
NISCH REKRYTERING	Panelmedlemmar från landsbygden 	Panelmedlemmar med ovanlig internetanvändn. 	Panelmedlemmar med olika utbildningsbakgrund

Metod

Userneeds har valt en genomarbetad och lätt tillgänglig metod från rekrytering av panelmedlemmar till rapportering av data. Metoden är väldokumenterad och beprövad, och är helt baserad på onlineaktiviteter. De metodiska valen, och öppenheten kring dessa, gör det enklare för samarbetspartnern att redogöra för data och slutsatser i analysen.

Som panelmedlem ska man vara nöjd hos Userneeds, och därför garanterar vi i vår relation, att det är lätt att avanmäla sig, och att panelmedlemmarna får svar på deras modersmål inom 1 vecka, om de har frågor kring undersökningarna.

Ersättning

Userneeds panelmedlemmar erhåller poäng när de deltar i en undersökning. Poängen kan antingen växlas till lotter för användning i lotterier med direkt lottdragning (online skraplott), lotter i kvartalslotterier i vilka det är mycket större presentkort på spel eller så kan de sparas i ett personligt poängkonto. När panelmedlemmen har tjänat ihop ett visst antal poäng kan

panelmedlemmen välja att växla de ihoptjänade poängen till presentkort eller så kan de använda poängen till att donera pengar till välgörenhetsorganisationer. Genom kombinationen av dessa fyra olika belöningsformer säkrar Userneeds att så många panelmedlemmar som möjligt motiveras till att delta i undersökningarna.

Userneeds belönar också de panelmedlemmar som faller utanför målgruppen. Det är för att säkerställa att panelmedlemmen också motiveras till att börja svara på nästa enkät som denne blir inbjuden till att delta i, liksom det säkrar att det inte finns för stora incitament till att försöka passa in i målgrupper för att få en större belöning.

Om en panelmedlem stoppar med att besvara undersökningen innan den är slutförd får vederbörande inga poäng. Antalet poäng varierar med målgruppen, längd på enkät och survey design. Userneeds följer alla gällande riktlinjer från ESOMAR, men har därutöver utvecklat ett eget etiskt regelverk som säkrar att panelmedlemmar behandlas med stor respekt och ges möjlighet till personlig kontakt, samt att panelmedlemmarna aldrig deltar i undersökningar med oseriösa ämnen.

Userneeds arbetar seriöst och strukturerat med stickprovsmetoder online, och har för detta ändamål en hel avdelning som arbetar med området. Userneeds Panellojalitetsavdelning finns tillgänglig för Partnerns gällande rådgivning kring tester, incitamentsstrukturer med mera, till exempel kring tabubelagda ämnen, smala målgrupper och ärliga svar.

Samplingsprocedurer

Userneeds softlauncher (testutskick) alltid undersökningar, för att säkerställa att panelmedlemmar inte besväras i onödan av tekniska problem. Userneeds gör sedan utskick i omgångar och med god svarstid, så att personer med annorlunda internetvanor ges en möjlighet till att delta i undersökningarna. Det säkerställer, utöver kvoterna, att det finns god spridning på variabler som det inte satts upp kvoter på. Utöver detta genomförs undersökningar med slumpmässigt urval i panelerna innanför de ramar som är överenskomna mellan parterna.

Insikt

Userneeds strävar efter att ge marknadens bästa möjliga rådgivning gällande metod och upplägg av studier och detta från erfarna medarbetare med hög fackmannamässighet. Alla som jobbar med denna del har analyserfarenhet vilket ger de bästa förutsättningarna till att ge den bästa rådgivningen. Userneeds tar ansvar för både metod och lösning.

Öppenhet

Userneeds är mycket medvetna om att öppenhet är mycket viktigt i rollen som samarbetspartner/leverantör. Detta för att kunna skapa en kontinuitet i samarbetet och göra långvariga kundrelationer möjliga. Därför erbjuds transparens i alla faser av arbetet och all information finns tillgänglig för Userneeds kunder.

Nätverk

Genom partnerskap så har Userneeds möjlighet till att genomföra insamlingar även i områden som inte täcks av egna paneler. Detta genom ett stort internationellt nätverk som täcker i princip hela världen. Detta ger möjlighet till en kontaktpunkt med en researchpartner som kan erbjuda professionell ledning av alla länder och underleverantörer. I de fall en partner används så är de alltid ESOMAR certifierade.