

Surveyföreningen
-
Webpaneler i praktiken

Henrik Kronberg
Stockholm 2011-02-03

Henrik Kronberg

- Norstat Sverige AB - Fältbolag
- Projektledare inom webundersökningar mot panel under flera år
- Statistikerbakgrund

Norstats geografiska område



Norstat har byggt panel i åtta marknader via främst telefon som metod för rekrytering.

Totalt ca 370 000 panelister fördelat på dessa åtta marknader.

Innehåll

- Något kring uppbyggnad / rekrytering
- Profilering
- Bortfall
- Kostnader
- Skötsel



Olika sätt att bygga en webpanel

- **Sannolikhetsbaserade metoder (register)**
 - Telefon via urval från befolkningsregister / hushållsurval
 - Postalt via urval från befolkningsregister / hushållsurval
 - Andra sätt där man har urval till sin målpopulation



Olika sätt att bygga en webpanel

- **Icke-sannolikhetsbaserade metoder**
 - Annonsering i ex dagspress
 - Banners på internet
 - Privatpersoner som tar kontakt med undersökningsföretaget
 - Rekrytering på gata
 - Rekrytering via kundklubbar / medlemsregister etc
 - Snöbollsmetod (värva en vän)



Olika sätt att bygga en webpanel

- **Blandad metod**

- Blandade metoder enligt tidigare med möjlighet att särskilja metod
- Blandade metoder enligt tidigare utan möjlighet att särskilja metod

Olika sätt att bygga en webpanel

- **Slutmål = Epostadressen**
 - Om epostadressen felaktig är rekryteringen meningslös
 - Merarbete i att rätta adressen
 - Fördefiniera stora domäner för att minimera risken för felaktig registrering
- **Använd epostadressen snabbt**
 - Färskvara

Profilering

- **Profilundersökning**
 - Standarddemografiska uppgifter
 - Hushållets utseende
 - Beteendevariabler
 - Innehav av olika saker / produkter



Profilering

- **Regler för panelen**
 - Ex antal undersökningar
 - Frekvens av undersökningar
 - Incentive-program
 - Kontaktmöjligheter



Bortfall på vägen

- **Olika typer av bortfall**
 - Ingen kontakt med respondenten initialt
 - Vägran att delta i panelen
 - Har ej möjlighet att delta (ingen dator etc)
 - Profilundersökningen returneras ej
 - Bortfall i enskild undersökning



Kostnader

- **Kostnader i uppbyggnadsskede**
 - Panelhanterare (mjukvara)
 - Någon form av portal för respondenterna
 - Rekryteringen (intervjuare, tryck av postala utskick, annonsering)
 - Panelskötsel, administration och support
 - Incentivehantering
 - Incentiveutbetalningar



Panelens totala sammansättning skev

- **Demografiska uppgifter på total nivå skev**
 - Ex Norstats panel 40-45% män, 55-60% kvinnor
 - Ex Norstats panel har mer kvinnor i medelåldern och "för lite" män i tonåren i storstäderna
 - Generellt har paneler svagheter med unga och äldre.
- **Rekryteringens källa styr också skevheten**
 - Vilken källa rekryterar man från? Dagspress, magasin?
 - En viss grupp snöbollar in samma grupp
 - Telefonrekrytering kan ge upphov till för få enpersonshushåll



Urval till enskild undersökning

- **Urvalet stratifierat för att kompensera skevhet**
 - I urvalet till en enskild undersökning ställs normalt krav
 - Kön
 - Ålder
 - Geografi
 - Men även andra demografiska variabler är möjliga att blanda in förutsatt att man har officiell statistik att luta sig mot

Urval till enskild undersökning

- **Urvalet stratifierat för att kompensera skevhet**
 - Matris med celler konstrueras
 - Kön (2 celler)
 - Ålder, ex 10 års intervaller (5 celler)
 - Geografi (8 celler)
 - Totalt $2*5*8 = 80$ celler

 - Cell 1, Män, 20-29 år i Södra Sverige
 - Cell 2, Män, 30-39 år i Södra Sverige
 - ...
 - Cell 80, Kvinnor, 60-69 år i Norra Sverige

Urval till enskild undersökning

Vissa grupper blir mer ofta utvalda

Eftersom man ställer krav på urvalet att motsvara ex ett mini-Sverige undersöks svagaste cellen oftast.

Därför är det bra att åtminstone ha en grundspredning i sin panel med avseende på kön / ålder / region



Urval till enskild undersökning

Panelen i ständig rörelse

Panelens karantänregler gör panelen liknande en amöba

Kontinuerliga tillskott och avanmälningar



Enskild undersökning

- **Panelen en administrativ mjukvara**
 - Panelisterna svarar på undersökningar som man blir inbjuden till
 - Undersökningarna kan antingen vara programmerade i panelägarens vanliga mjukvara
 - Eller programmerade i en kunds externa system (sample only)

Enskild undersökning

- **Belöning för alla svar**
 - Oftast i form av panelpoäng
 - Formulärets längd styr belöningens omfattning
 - Möjlighet att senare växla in panelpoäng
 - Även utlottning sker



Panelistens "livslängd"

- **Panelister har olika livslängd**
 - Panelister faller ifrån panelen antingen via
 - Frivillig avgång (panelisten avanmäler sig)
 - Ofrivillig avgång (panelägaren plockar bort)
 - Max antal undersökningar
 - ISO-kraven
 - Nyrekrytering krävs för att fylla luckorna
 - Olika segment har olika livslängd i panel



Panelistens "livslängd"

- **Hur förlänger man livslängden?**
 - Genomarbetat incentiveprogram
 - Varierande undersökningar
 - Undvika "dåliga" undersökningar
 - Reducera screening
 - Kommunikation
 - Inte för långa undersökningar
 - Lagom undersökningstakt



Sammanställning

- **Vem väljer att bli med i en panel?**
 - Demografiska skillnader
 - Beteendeskilnader
 - Motivatorer
 - Hjälpare
 - Belöning



Metodens för- och nackdelar

- **Fördelar**

- Snabbhet
- Oftast något billigare jämfört med ex telefon
- Ingen intervjuarbias
- Intervju när respondenten själv vill
- Kontroll på urval

- **Nackdelar**

- Inga register finns
- Representativitet?
- Alla kan inte delta
- Avsaknad av intervjuare



Tack för er tid!

Panel

- **Panel**
 - Panelhanterare
 - Portal
 - Urvalsmekanism
 - Administration kring enskilda undersökningar
 - Poäng
 - Svarshistorik
 - Sökmöjligheter i databasen (för selekteringar)