

Kvalitet i webbpaneler

Ett köparperspektiv

Mimmi Lagerquist
2015-02-12

- Beteendevetare
- ”Metodikfreak”
- Marknadsanalytiker på Posten/PostNord
- Ordförande i SMUF

Köparrollen har förändrats

1990-talet

Marknads-
undersökare

Marknads-
analytiker

Market
Insight
Manager

Idag

Metodik kommer långt ner på listan med våra medlemmars intressen

1. Trender
2. Omvärldsanalys
3. Segmentering
-
-
-
-
-
-
20. Kvantitativ metodik

Källa: SMUFs medlemsundersökning 2014

Företagen har också förändrats

- Krav på kortare ledtider
- Kostnadsfokus
- Nya datakällor

Konsekvenser

- Man ska som köpare inte behöva vara metodstatistiker för att kunna avgöra om en webbpanel är bra eller ”dålig”
- ”Nyttnan” med en bra webbpanel (kontra en ”dålig”) måste vara lätt att förklara/motivera

*”Kvalitet måste löna sig i alla led –
Från leverantör till slutanvändare”*

Tack

Mimmi Lagerquist

mimmi.lagerquist@gmail.com

Mobil: 073 512 6942

SMUF

Sveriges MarknadsUndersökningsköpares Förening

A decorative graphic at the bottom of the slide, consisting of a solid blue horizontal bar with a white, stylized wave-like shape on the left side.