Kvalitet i webbpaneler

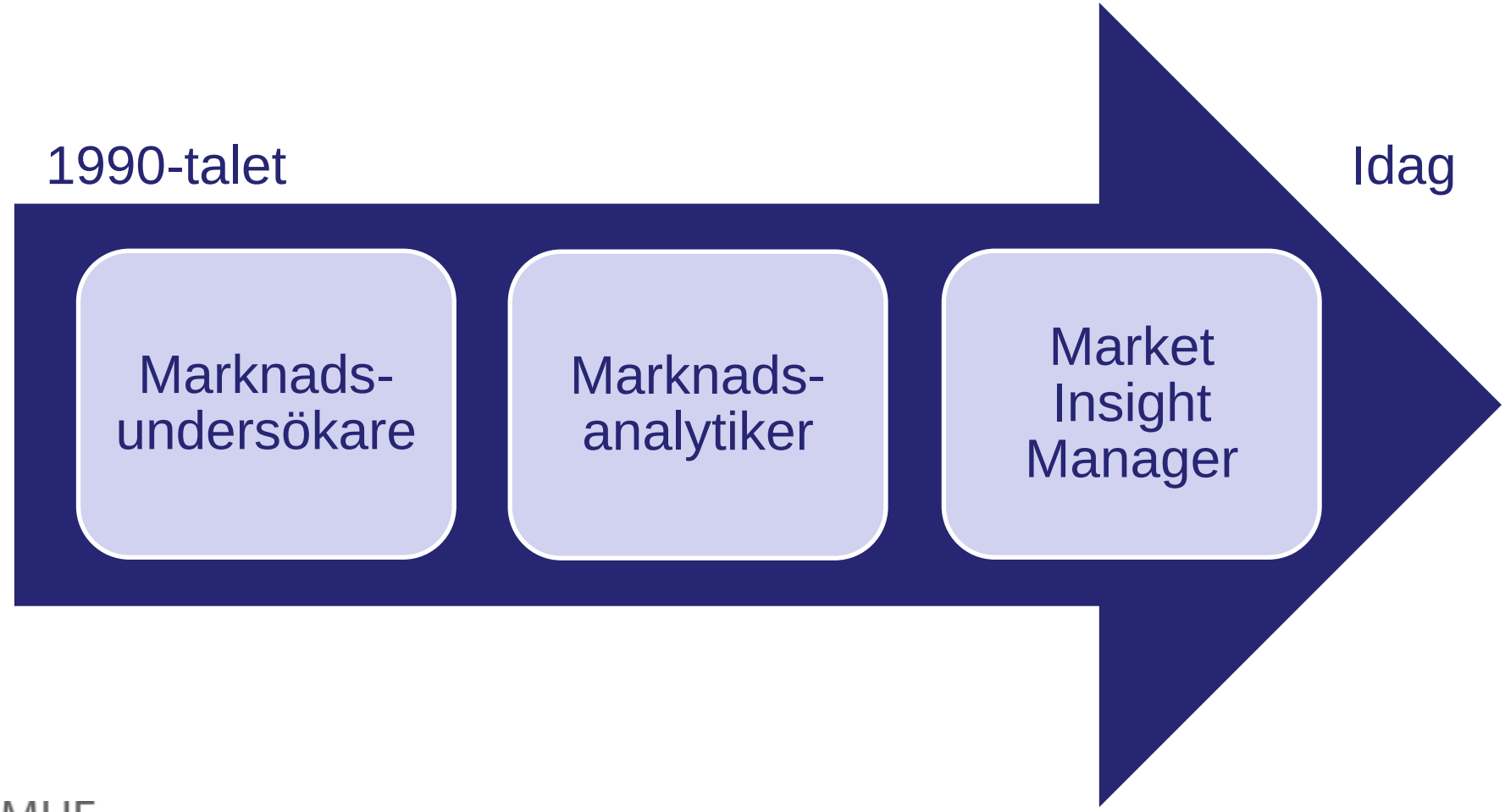
Ett köparperspektiv

Mimmi Lagerquist

2015-02-12

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

Köparrollen har förändrats



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”
- ”Nyttan” 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