

InSites Consulting lanceert Connected Research

InSites Consulting lanceert een reeks innovatieve onderzoekstechnieken onder de noemer Connected Research. Online web 2.0 technieken zoals blogs, chatrooms, communities, ... worden toegepast binnen een marktonderzoeksopzet. Hierdoor ontstaan online conversaties tussen consumenten onderling waar ongefilterde meningen over producten of diensten worden geuit. De consument evolueert van een respondent naar een participant en gaat in interactie met de onderzoeker. Deze nieuwe technieken werden ontwikkeld binnen het R&D team van InSites Consulting en kunnen ingezet worden in zowel traditionele kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksprojecten.

De respondent wordt participant

Meer en meer gebruiken consumenten technologieën zoals blogs, chatrooms, communities en bulletin boards om hun mening te uiten. Ze creëren online conversaties met anderen om zo ongefilterd over producten en diensten te discussiëren. De consument heeft zo meer mogelijkheden om de markt te verkennen en meer macht om bedrijven/producten te 'maken' of te 'kraken'. Marktonderzoekers dienen hun methodes hieraan aan te passen en meer te interageren met de consument. Connected research houdt in dat InSites web 2.0 technieken inschakelt binnen marktonderzoekstrajecten. 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 eerste om web 2.0 toe te passen binnen een onderzoekstraject

InSites Consulting is de eerste om de web 2.0 trend toe te passen 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.

Spontane respons zonder verlies van accuraatheid

Tom Deruyck, project manager Connected Research, licht toe: "Connected Research geeft participanten de vrijheid om spontaan te antwoorden. De tools laten toe dat een stuk van de controle van de onderzoeker naar de participant gaat, zonder dat deze de structuur of methodologische accuraatheid aantast."

De Connected Research tools zijn:

- online discussion groups: een synchrone conversatie van ongeveer 2 uur met 6 tot 8 participanten. De onderzoeker modereert en voedt de participanten met ideeën ter inspiratie of kan ook gewoon via vrije interactie spontane reacties laten ontstaan. Dit kan toegepast worden bij b.v. product innovatie trajecten, U&A of segmentatie studies, communicatie testen, satisfactie studies.

Persbericht - 02-10-2008

- **Bulletin Boards:** een asynchrone conversatie over een langere periode met meerdere participanten. Dit kan toegepast worden bij b.v. tracken van een communicatie campagne voor, tijdens en na, opvolgen van een merk of productgebruik na lancering.
- **Communities:** deze platformen omvatten meerdere respondenten en lopen verschillende weken of maanden duren of worden opgezet als een permanente discussie. Dit kan toegepast worden in b.v. een product development project, in het kader van een consument behoeftenanalyse of klantsatisfactie studie.
- **User-coded open ends:** participanten analyseren zelf hun eigen antwoorden op open vragen en creëren er ook zelf gestructureerde categorieën voor. Dit wordt meestal ingepast in een kwantitatieve studie rond b.v. productinnovatie of communicatie onderzoek
- **User-created brainstormings:** in deze brainstormings kunnen participanten interactief nadenken over een reeks topics. Dit kan ingepast worden bij b.v. merkenonderzoek of U&A studies.



Contact
Tom De Ruyck, R&D Consultant
+32 9 269 14 07
tom.deruyck@insites.eu
<http://connectedresearch.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 bedrijfs- en academische wereld en zijn frequente sprekers op workshops en internationale congressen. Meer info over R&D binnen InSites Consulting op www.insites.eu.

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 70 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.