

Mobieltjes en smartphones rijp voor surveys



Keek een voorbijganger 10 jaar geleden verheugd achterom bij het horen van een vrolijk 'hallo', omdat hij een voorbijkomende vriend vermoedde, nu kijkt zelfs een hoogst bejaarde grijsaard niet meer op of om van een mobieltje. We zijn gewend aan fietsers die ons al pratend voorbijracen en aan treinen vol mensen die geconcentreerd naar het schermje van een smartphone staren. Als we de cijfers mogen geloven heeft nu bijna iedereen een mobiele telefoon en rond de 60% een smartphone.

TEKST EDITH DE LEEUW

Als we de cijfers mogen geloven heeft nu bijna iedereen een mobiele telefoon en rond de 60% een smartphone. Daarnaast zijn er duidelijke verschillen in leeftijd, opleiding en sociaal-economische status tussen eigenaren van een vaste telefoonlijn plus mobiele telefoon en degenen met alleen een mobiele telefoon. Het is dan ook niet verwonderlijk dat onderzoekers nu systematisch mobiele telefoons betrekken in telefonisch onderzoek. Maar het inburgeren van 'mobile devices' heeft nog meer gevolgen voor markt- en opinieonderzoek, en zeker voor het klassieke online-onderzoek.

Nederland staat al jaren aan de top wat betreft internetpenetratie, bijna ieder huishouden heeft internet en velen hebben ook broadband. Nederlands marktonderzoek liep voorop bij de opzet van inter-

netpanels en bij het opstellen van kwaliteitsregels. Universiteiten volgden al snel en ook het CBS toont interesse. Er is nu (inter)nationaal veel bekend over het opzetten en uitvoeren van kwaliteitsonderzoek via internet, en er zijn diverse methodologische handboeken over dit onderwerp verschenen. Maar we kunnen niet op onze lauweren rusten. De technologie verandert razendsnel en onze methoden moeten meeveranderen. Alleen als we onze methoden optimaliseren en aanpassen aan de nieuwste ontwikkelingen kunnen we hoog-kwalitatief onderzoek doen en onze klanten waar voor hun geld geven.

Internet wordt veel gebruikt, voor persoonlijke communicatie, amusement, informatie, en aankoopgedrag, niet meer met de PC, maar met laptops, tablets en smartphones. Dat heeft gevolgen voor het design van online-onderzoek, zeker wanneer respondenten willen antwoorden via hun smartphone. Op dit moment is dat aantal nog tamelijk gering, rond de 6%, maar dit zou in de toekomst wel eens flink kunnen toenemen.

Onderzoekers kunnen kiezen hoe hiermee om te gaan. Zo kunnen ze het daadwerkelijk beantwoorden van vragen via een smartphone ontmoedigen, en de smartphone voornamelijk inzetten voor uitnodiging tot onderzoek en reminders. Maar dat zou mogelijk tot dekingsproblemen kunnen leiden, zeker als men jongeren en hoger opgeleiden in het onderzoek wil betrekken. Daarom gaan onderzoekers er nu meer en meer toe over beantwoording van hun standaard online-vragenlijsten via smartphones toe te staan. Maar ook dit heeft nadelen. Uit het schaarse internatio-

nale onderzoek blijkt onder andere dat gebruik van de smartphone leidt tot meer break-offs en een iets hogere non-respons. Onderzoekers moeten zorgvuldig afwegen wat belangrijker is: de dekingsfout of de non-responsfout. Een heel belangrijk aspect is natuurlijk de meetfout, de kwaliteit van de data. Hoe ontwerpen we onze vragenlijsten zo dat ze ook bij beantwoording via tablets en smartphones een goede datakwaliteit opleveren. Hier wordt onder andere op de Universiteit van Utrecht onderzoek naar gedaan.

Methodologen zijn altijd de eersten die naar mogelijke problemen wijzen, maar smartphones bieden ook nieuwe en opwindende mogelijkheden voor dataverzameling. Dataverzameling via smartphones is meer en kan meer dan standaard computer-assisted ondervragen. Een onderzoeker kan ook de unieke eigenschappen van de mobieltjes gebruiken. Zo wordt er op dit moment in Amerika onderzoek gedaan naar interviews via SMS, en de aanwijzingen zijn dat dit duidelijke voordelen heeft boven gewoon telefonisch onderzoek. Door gebruik te maken van de extra capaciteiten, zoals GPS, camera en bluetooth, wordt de deur geopend naar nieuwe registratiemogelijkheden als aanvulling of zelfs vervanging van de vragenlijst.

In de nabije toekomst is een onderzoeksinspanning vereist. Niet alleen naar hoe we het beste onze online-vragenlijsten kunnen ontwerpen zodat deze ook bij afname via smartphones kwalitatief goede data opleveren, maar ook hoe we speciale surveys kunnen ontwerpen die de mogelijkheden van smartphones en andere mobile devices uitbuiten en ons nieuwe mogelijkheden bieden voor nog beter onderzoek. <<

PROF. DR. EDITH DE LEEUW IS MOA-HOOGLEERAAR
METHODEN EN STATISTIEK AAN DE UNIVERSITEIT
VAN UTRECHT.