

# Online vagy mobil kutatás? Mindkettő!

Pintér Róbert (eNET)



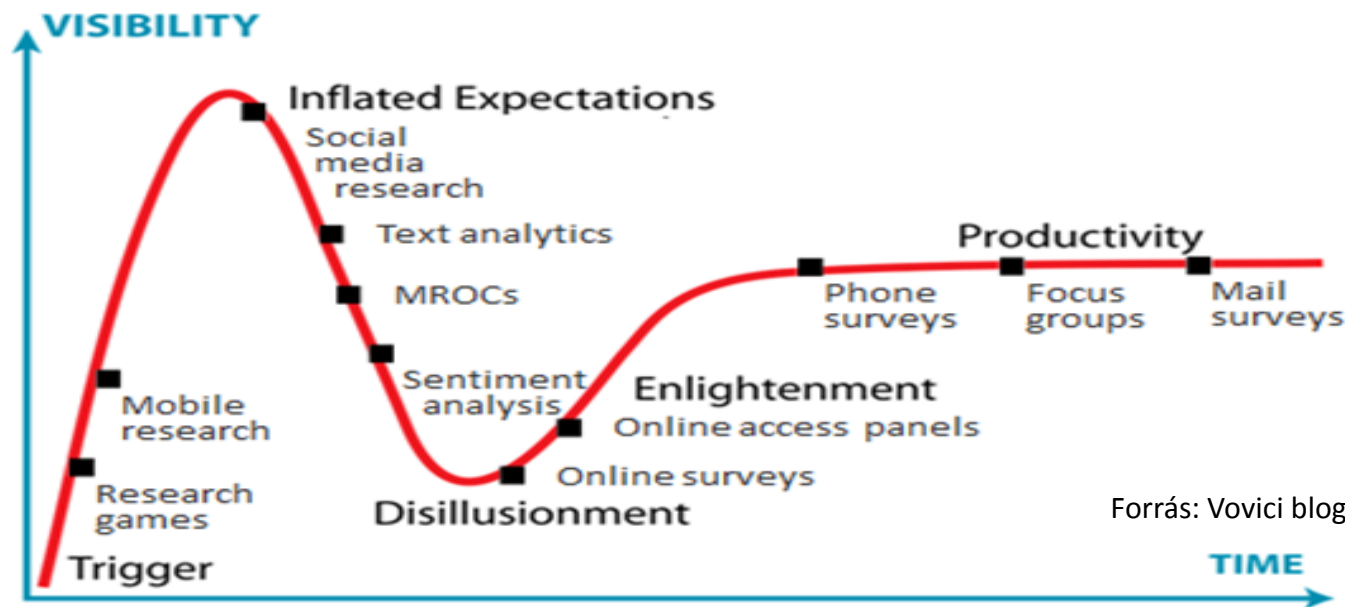
## I. A mobiltelefon kihívás a kutatási módszereknek



# Mobil kutatás a Hype-ciklusban

Jön a mobil a kutatásba... (ma már közelebb a *Túlzott várakozásokhoz* – a csúc előtt vagy után?)

## 2011 Hype Curve for Market Research



Forrás: Vovici blog, 2011

# Nyitni kell az okostelefonos válaszadók felé

- Egyre többen vesznek részt kérdőíves kutatásokban okostelefonnal, **integrálni** kell őket
- **15-29 évesek** nehezen vonhatók be online paneles kutatásba, de sokan rendelkeznek okostelefonnal
- Okostelefon számos **mérőműszert** tartalmaz, ami extra lehetőségeket jelent
- **Új módszertanok** honosíthatók meg, a **régi**ek **megújulva** ültethetők át mobilra

# Mobil: nem új módszer, hanem horizontális kihívás

- **Nem egyetlen módszer**, hanem szinte minden módszert érint(het)
- Legsúlyosabban az **online kérdőíves kutatásra** hatnak a kihívások (ez a legelterjedtebb módszer a világon):
  - **Kérdőív dizájn** és **képernyőméret** egyedi
  - **Kérdőív hossza** szenzitívebb
  - Érinti az adatok **megbízhatóságát** és a mérési hibát
  - **Válaszadási** (befejezési) **arány** rosszabb
  - **Kitöltési idő** hosszabb azonos kérdőívnél
  - Kérdőív **kitöltési helyzete** hatással lehet a válaszadóra
  - ...
- Megoldás: online / mobil hibrid panel

## II. VeVa: online / mobil hibrid megoldás



**Véleményem van!**

# VeVa: magyar online / mobil kutatási rendszer

- **Online és mobil kutatási megoldások ötvözése**
- **Terv 50 ezer fős online panel**
- **Okostelefon alkalmazás iOS, Android és Windows Phone platformon**
- **Fejlesztés alatt (várható indulás 2014 Q2)**



# VeVa: új, mobilos módszertanok

Kérdezőbiztos nélkül, de aktív válaszadói részvétellel:

- **önkitöltős kérdőív**: alkalmazás vagy mobil web alapú
- mobil **etnográfia**: nem tradicionális etnográfia
- mobil **napló**: bárhová magaddal viheted, miközben az eszköz figyelmeztet a rendszeres kitöltésre
- **helymeghatározáson** alapuló kutatás (LBR), geofencing
- egyéb, **mobilon történt esemény triggerelte kutatás** (nem külön módszertan, de fontos), pl. QR-kód beolvasása, gyorsulásmérő, GPS, telefon órája – vagy szinte bármi



# 5+1 USP, amire a mobil jobb

1. **Moment of truth** vizsgálatok
  2. **Helymeghatározás** alapú kutatás
  3. **Mobil etnográfia**
  4. **Gyors, rövid** kutatások
  5. **Okostelefonos jüzerek** felmérése
- +1 applikáció** teszt

## III. Tanulságok



# Bizonyítási kényszerben

- A mobil kutatás most **keresi a helyét** a többi módszertan mellett
- A nagy hype ellenére **nem alkalmas mindenre**
- De akkor **mire lehet jó** – jobb, mint a korábbi módszertanok? (5+1 USP)
- Sok elmélet – **kevés tapasztalat**
- Még **bizonyítani kell** a módszernek és azoknak, akik használják azt
- **Idehaza is** készül az első ilyen megoldás: [VeVa.hu](http://VeVa.hu)

# Köszönöm a figyelmet!



- Pinter Róbert, mobil kutatásvezető
- eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.
- [robert.pinter@enet.hu](mailto:robert.pinter@enet.hu)
- <http://hu.linkedin.com/in/probesz>
- twitter: @probesz
- skype: probesz

