

# Online onderzoek

Kortom congres overheidsmarketing

19 november 2008

Jo Steyaert  
Indigov

# Inhoud

- Onderzoeksbehoeften bij openbare besturen
- Vaststellingen op het terrein
- Voordelen van online onderzoek
- Methoden binnen handbereik van openbare besturen
- Enkele voorbeelden

# Onderzoeksbehoeften

- Openbare besturen hebben steeds meer en meer behoefte aan onderzoek
  - Opvolgen van KPI's
  - Evalueren van communicatie uitingen: nieuwsbrieven, websites, communicatiecampagnes print, TV & radiospots, affiches,...
  - Personeelstevredenheid, 360° feedback, ...
  - Behoeftedonderzoeken lokale kinderopvang, cultuur, sport,...
  - Klantentevredenheid loket werking, bibliotheek, levering van diensten
  - Stakeholdersonderzoeken i.v.m. (lokale) infrastructuurwerken
  - ...

# Vaststelling

- **Permanente behoefte aan feedback**
  - over huidig en gepland beleid
  - zowel intern van eigen personeel als extern van verschillende doelgroepen
- **Geen onderzoeksinfrastructuur**
- Onderzoek en dataverzameling over het algemeen **te duur**
- Veel onderzoek **ad hoc** => te weinig meerwaarde voor lange termijn beleidsvoering
- **Gebrek aan onderzoekservaring**, maar door professionalisering (van o.a. communicatieambtenaren) wel steeds stijgende kennis en competenties in huis

# Wat gebeurt er op het veld?

- De vraag van besturen naar onderzoek stijgt jaar na jaar
- Steeds meer software komt binnen het bereik van besturen
  - Uw Bestuur Interactief
  - Survey Monkey
  - Salesforce
  - ...
- Er is een trend tot het afsluiten raamovereenkomsten om externe competentie te verbinden met interne kennisopbouw
- Werking via complexere openbare aanbestedingen leidt niet altijd tot goede resultaten wegens moeilijke koppeling van vraag en aanbod

# Uitdaging

- Een oplossing vinden die ...
  - Die dialoog tussen burger en overheid optimaliseert door gesystematiseerd verzamelen van:
    - beleidsvoorbereidende informatie
    - feedback van burgers (basis voor CRM)
    - Up-to-date en actuele informatie
  - Aan lage kosten
  - Met de nodige diepgang & kwaliteit
  - Met minimum aan workload voor overheden
  - Zowel voor provincies, steden, gemeenten, OCMW's...

# Voordelen van online onderzoek 1

- Lage kostprijs van het veldwerk
  - Representatief staal Vlaanderen tussen 3 à 5.000 euro
  - Niche doelgroepen 5 à 8 euro ppc (prijs per complete)
- Snelheid
  - Gemiddelde doorlooptijd projecten 3 – 14 dagen
  - Opstart binnen de 2 à 3 werkdagen
  - Oplevering eerste resultaten binnen de 1 à 2 werkdagen na afsluiten veldwerk
- Real time
  - Gegevens komen binnen terwijl u kijkt
  - Onmiddellijke feedback van het veldwerk
  - Bijsturing on the spot mogelijk
- Controle
  - Op de enquête zeer uitgebreide controle mogelijkheden (routing)
  - Op de organisatie van het veldwerk in het algemeen (timing, afsluiten, quota's indien noodzakelijk,...)

# Voordelen van online onderzoek 2

- **Transparantie**
  - Alles verloopt (meestal) via geïntegreerde online systemen die vaak bijna alles real time monitoren (invultijden, non-respons, afhaakpunten, ...)
  - Vaak online real time rapportage mogelijk
- **Bereik**
  - 74% van de Vlaamse bevolking is online
  - Doelgroepen tussen 16 – 44 jaar + 80%
  - Vaak eigen bestanden (personeel, nieuwsbrieven, ...)
- **Online panels**
  - Specifiek opgebouwde onderzoekspanels
  - Zeer verregaande selectiemogelijkheden
  - Sterke expertise bij de aanbieders

# Voordelen van online onderzoek 3

- Validiteit en geldigheid
  - ISQD: Internet Specifiek Questionnair Design
  - Grafische vraagtypes (multimedia, barometers, sliders,...)
  - Minder fouten doordat de respondent zijn antwoorden direct invoert in het systeem
  - Antwoorden van betere kwaliteit en eerlijker (Macroy 2002: antwoorden in web enquêtes significant langer en van hogere kwaliteit dan bij papieren enquêtes)
  - Bij onderzoeken waar een interviewer de enquête afneemt (bijv. telefonisch) worden vaker sociaal wenselijke antwoorden gegeven dan bij enquêtes zonder interviewer. Ook wordt er eerder gevoelige informatie vertrekt wanneer er een interviewer ontbreekt (Miller en Panjikanan 2001)

# Voordelen van online onderzoek 4

- Gebruiksvriendelijker voor de respondent
  - 90% van de mensen met een internet verbinding vult een enquête liever online in dan telefonisch (bron: conducting online research, Allen Hogg)
  - De respondent kan zelf het tijdstip van deelname bepalen(handig voor bijv. bedrijfsmensen)
  - Online onderzoek nemen minder tijd in beslag
  - Zonder dat de respondent het door heeft kunnen ingewikkelde stappen binnen de vragenlijst genomen worden. Dit voorkomt dat de respondent irrelevante vragen moet beantwoorden.
  - Directe terugkoppeling naar respondent mogelijk. Dit is handig wanneer het gaat om bijvoorbeeld psychologische- of intelligentietesten of het doorlopen van procesbomen.

# Methoden van online onderzoek

- Via eigen bestanden
- Via website (layers , banners, ...)
- Via nieuwsbrieven
- Via algemene online panels
- Via specifiek (eigen) Online Panel
- Gecombineerde methoden (off-line – online)

# Voor- en nadelen meten via eigen bestanden

- Voordelen
  - Zeer goedkoop
  - Zeer snel (operationeel in minder dan 24u)
  - Zeer flexibel
  - Zeer herhaalbaar (ideaal voor monitoring)
  - Onmiddellijk resultaten vanuit Dashboard research systeem
  - Gekend publiek
  - Bijna perfecte controle over de representativiteit
- Nadelen
  - Enkel eigen bestand (representativiteit erg belangrijk)
  - Juridisch (toestemming)

# Voor- en nadelen meten via de website

- Voordelen
  - Zeer goedkoop
  - Zeer snel (operationeel in minder dan 24u)
  - Zeer flexibel
  - Zeer herhaalbaar (ideaal voor monitoring)
  - Onmiddellijk resultaten vanuit Dashboard research systeem
  - Feitenlijke gebruikers / bezoekers
- Nadelen
  - Enkel bezoekers van de website (dus geen non-use)
  - Enkel in een bepaalde periode (opvangbaar door monitoring)
  - Geen controle over de representativiteit
  - Lagere respons rates

# Voor- en nadelen meten via nieuwsbrieven

- Voordelen
  - Zeer goedkoop
  - Zeer snel (operationeel in minder dan 24u)
  - Zeer flexibel
- Nadelen
  - Enkel lezers van de nieuwsbrief
  - Geen controle over de representativiteit
  - Lage tot zeer lage respons rates
  - Onderzoek kan staat in competitie met andere items in de nieuwsbrief

# Algemeen online panel

- Online panels
  - Representatief voor de Belgische internetbevolking
  - Rekrutering via websites, databestanden & offline (media, CATI, events), member get member
  - Voordelen
    - Controleerbaar (non-respons)
    - Goedkoop versus CATI en CAPI
    - Veldwerk op maximaal 5 dagen
    - Live rapportage in dashboard
    - Complexe routings en vraagstellingen gekoppeld aan profielen
    - Controle over doelgroepen o.b.v. panelgegevens
    - Focus op inhoud onderzoek en niet beschrijvende variabelen

# Specifiek Online Panel

- Timing: doorlooptijd minimaal 1 jaar
- Opzet: 1 - 3 maanden noodzakelijk voor opbouwen panel afhankelijk van:
  - Rekruteringsmogelijkheden via een website
  - Bestaande adressen en databases
  - Online en offline aandacht voor panel
- Online panel laat toe om:
  - Op controleerbare wijze onderzoek te doen bij gebruikers
  - Op het ogenblik dat er een nood is bij het bestuur
  - Ontzettend kort op de bal (binnen de 2 werkweken een eerste resultaat)
  - Inschakelbaar in het klantentevredenheid, -behoefte, maar ook voor allerlei onderzoeksvragen inzake e-government (behoefte, testlab, campagnes,...)

# Specifiek Online Panel

- De rekrutering van op 4 wijzen:
  - Online rekrutering via layers
  - Online rekrutering via inschrijving website
  - Online **rekrutering** via databanken
  - Offline rekrutering via offline contactpunten van de overheid (folders bij diensten, ...)
- Representativiteit (methoden: propensity weighing, mentality profile weighing, telefonische interviews voor controle module, offline rekrutering)
- Voordeel: to-the-point research
- Voorbeeld : Fed-e-View Citizen

# Voor- en nadelen meten via gecombineerde methoden

- Voordelen
  - Indien goed opgezet worden de voordelen van verschillende methoden gemaximaliseerd
  - Zeer ruime mogelijkheden
  - Maximalisatie van de representativiteit
- Nadelen
  - Vraagt veel tijd om op te zetten
  - Veel duurder in vergelijking met de online methoden voor soms slechts een beperkte meerwaarde
  - Opvolging van de non-respons erg belangrijk en moeilijker gezien mix mode design
  - Verschillen kunnen te wijten zijn aan de verschillen in de bevragingmethode
  - Soms enkel gebruikt als pseudo representatief.

# Indigov

- Spin-off K.U.Leuven
- Specialist in consultancy en research
- Expertise in eGovernment, nieuwe media en online research tools
- EU, Vlaamse en federale overheid, lokale besturen, nationale en internationale media concerns, ...

Karel van  
Lotharingenstraat 4  
3000 Leuven  
BELGIE  
Tel: +32 16 22 62 14  
Fax: +32 16 22 62 18

[jo.steyaert@indigov.be](mailto:jo.steyaert@indigov.be)  
[www.indigov.be](http://www.indigov.be)