

Online-kvali

– mahdollisuuksia ja haasteita

Suomen Markkinointitutkimusseuran
aamiaisseminaari 13.3.2013

karsittu versio

Antti Rannisto

antti.rannisto@tnsglobal.com

+358 40 504 7196



TNS Gallup

©TNS 2013

1. Toteutustapoja

2. Vahvuuksia

3. Tapaus MEK

4. Haaste: merkitysten välittyneisyys

3. Tapaus MEK

Mistä lähdettiin

MEK on aiemman tutkimuksen perusteella määritelty markkinointitoimenpiteidensä kohderyhmäksi ns. *modernit humanistit*. Kohderyhmälle leimallista on

- kiinnostus/ avoimuus vieraita kulttuureja ja uusia kokemuksia kohtaan sekä
- huolenpito tulevaisuuden yhteiskuntaa ja maailmaa kohtaan yleisesti.

Nyt toteutetun tutkimushankkeen tavoitteena oli

1. ymmärtää kohderyhmän **motiiveja ja kriteerejä** liittyen matkan valintaan ja matkasisällön suunnitteluun
2. selvittää, miten he **suhtautuvat Suomeen** matkailukohteena
3. saada tietoa modernit humanistit –kohderyhmän **rakenteesta** segmentointia varten



Kvali, 3 maata:
Saksa, Ranska, Iso-Britannia



Kvanti, 6 maata:
Saksa, Ranska, Iso-Britannia, Alankomaat, Espanja, Italia

Mistä lähdettiin

Toteutuksen edellytyksiä

- Muualla kuin Suomessa
- Ei rajoitu vain yhteen maahan
- Ei ole kovin kallis

Toteutus – nettikvali 3 maassa: Saksa, Ranska, Iso-Britannia

Rekrytoinnista vastasi kunkin maan TNS

- Rekrytoitiin yhteensä 54 henkilöä (18/ maa)
- Aktiivisina keskustelijoina pysyi loppuun asti 48 henkilöä

Ryhmät moderoitiin Suomesta käsin englannin kielellä

- Osallistujien sujuva kirjallinen englannin kielen taito varmistettiin kirjallisella ennakkotehtävällä
 - Samalla tehtävä tuotti aineistoa ryhmien moderoinnin ja analyysin tueksi

Koko aineisto analysoitiin ja raportoitiin keskitetysti Suomessa

Toteutus

- Ryhmäkeskustelut järjestettiin suljetulla Bulletin Board –keskustelusivustolla
- Keskustelijat jaettiin kolmeen ryhmään, kolmeen keskusteluhuoneeseen:
 1. Young free travelers
 2. Family travelers
 3. Senior free travelers
- Kukin ryhmä kävi keskustelua ja teki tutkimukseen liittyviä tehtäviä omissa keskusteluhuoneissaan
- Kesto: ennakkotehtävä + 3 päivää



Menetelmän edut

- Kustannustehokas toteutus
- Aineistonkeruu useassa maassa
- Mahdollisesti eri maista olevien keskustelijoiden keskinäisen vuorovaikutuksen
- Analyysin koherenssi

”Saimme [...] uusia näkökulmia sekä vahvistusta käsityksiin ja uskomuksiin. [...] Uskon, että asia kiinnostaa kovasti myös alueiden edustajia sekä matkailuyrittäjiä.”