

TNS Gallup øger fokus på online og paneler med ansættelsen af ny panelchef.



Den 1. november fik TNS Gallup en dedikeret ankermand for den samlede online forretning; Morten Kåre Pedersen. Morten kommer fra en stilling som analyse- og databasechef hos Kræftens Bekæmpelse, og har tidligere arbejdet med online og analyser hos bl.a. GfK, Observer, TV3 og Valtech.

Mortens primære opgave bliver at udvikle og målrette TNS Gallups online forretning, både hvad angår det store G@llupForum panel såvel som specialiserede kundepaneler og skræddersyede online-løsninger.

"Jeg glæder mig meget til denne spændende udfordring" siger Morten. "Online mediet skaber stadig flere og nye muligheder inden for markedsanalyse. Vi skal gribe disse muligheder og udnytte dem til fordel for vore kunder."

Og Morten fortsætter: "Online mediet spiller ikke kun en stigende rolle i forbindelse med selve dataindsamlingen, hvor andelen af CAWI-interviews forventes at stige endnu mere de kommende år. Også når kunden skal modtage, bearbejde, strukturere og distribuere konklusioner og viden fra TNS Gallups analyser, kan online mediets muligheder anvendes på en række spændende måder. Allerede i dag har en række kunder droppet de tykke indbundne tabel-rapporter og flyttet hele deres engagement til kundeportalen TNS Info".

"Denne udvikling skal fortsættes og styrkes - så TNS Gallups kunder får brugbar og beslutningsklar viden på den rigtige måde".

FAKTA OM G@LLUPFORUM

G@llupForum er TNS Gallups store web-baserede panel, hvori vi gennemfører interviewundersøgelser via Internettet. G@llupForum panelet består af mere end 40.000 personer på 15 år og derover, der alle er rekrutteret aktivt via TNS Gallups landsrepræsentative undersøgelser.

Når vi gennemfører en undersøgelse laver vi et udtræk (sample) efter kundens målgruppe og ønsker. Herefter sendes en email til de udvalgte respondenter med et link til spørgeskemaet. Respondenterne besvarer spørgeskemaet online via deres egen computer - præcis når respondenter selv har tid og lyst.

Webbaserede interviews kan selvfølgelig gennemføres meget hurtigt idet vi kan sende invitationer til tusinder af respondenter samtidig. Ved webbaserede interviews har vi mulighed for at vise forskelligt materiale (billeder, illustrationer, film og lyd) ligesom der kan gives meget præcise og ensartede forklaringer og instruktioner. Webbaserede interviews kan også kombineres med mere avancerede analysemetoder - f.eks. conjoint-analyser og webbaserede fokusgrupper.