

# איכות הפאנל

תקנות iPanel

## תשובות ל-28 השאלות

### של ESOMAR



# הקדמה

תשובות חברת iPanel ל-28 שאלות של ארגון חברות המחקר העולמי ESOMAR נועדו לסייע למבצעי מחקרים הרוכשים דגימות מפאנל אינטרנטי. ארגון חברות המחקר העולמי ESOMAR שם לו למטרה להציב סטנדרטים בינלאומיים לניהול פאנלים אינטרנטיים ודגימות, זאת כדי להבטיח רמה גבוהה של מחקרים אינטרנטיים. הדרך בה בחר הארגון היא ניסוח 28 שאלות מרכזיות שכל גוף אשר מתכוון לרכוש דגימה מפאנל אינטרנטי, מומלץ שישאל את חברת הפאנלים ובכך יבטיח מחקר מייצג ותקין מחקרית.

28 שאלות אלה משלימות את הקו המנחה של ESOMAR למחקר באינטרנט. שאלות אלו תוקנו בשנת 2011 בכדי להוסיף הדרכה משפטית ואתית מעודכנת וכן סעיפים חדשים בנושא הודעות פרטיות, עוגיות, טכנולוגיה ומחקר נייד אינטראקטיבי.

חברת iPanel שמה לה למטרה לתת תשובה לכל אחת מ-28 השאלות תוך הבנה כי עמידה בסטנדרטים אלו יבטיחו שהפאנל של חברת iPanel יספק מחקרים אמינים ומייצגים לכל דורש.

# פרופיל חברה

## 1. איזה ניסיון יש לחברתכם באספקת דגימות מקוונות למחקרי שוק?

הפאנל של חברת iPanel הוקם בשנת 2006, הראשון בישראל, כך שהחברה היא בעלת הניסיון הרב ביותר בארץ בכל הקשור לניהול פאנלים אינטרנטיים ושימוש בדגימות לצורך מחקרי שוק אינטרנטיים במגוון תחומים ונושאים. החברה מנהלת אלפי פרויקטים מקוונים בשנה והיא דואגת כי תהליך הלימוד של נושא מתפתח זה יהיה בסדר העדיפות הראשון בכל הקשור לדרך הניהול והפיתוח העתידי של הפאנל.

# מקור הדגימות וגיוס

2. נא תארו והסבירו את סוג(י) המקורות של הדגימות המקוונות מהם אתם שואבים את חברי הפאנל. האם מדובר בבסיסי נתונים? פאנלים מנוהלים אקטיבית? רשימות לקוח/צרכנים לשיווק ישיר? רשתות חברתיות? איתור גולשים אקראיים באתרי אינטרנט (מכונה גם "נהר")?

החברה עובדת עם מגוון בסיסי נתונים ובראש ובראשונה פאנל הצרכנים שגויס לצורך מענה על מחקרי שוק המונה מעל 100,000 חברי פאנל פעילים. כמו כן יש לנו היכולת לסקור רשימות לקוח/ צרכנים שהלקוח מספק וכן לספק לינק כניסה לסקר שאליו יכנסו גולשים אקראיים באתרי אינטרנט.

3. במידה והנכם מספקים נתונים מיותר ממקור אחד: כיצד מתבצע מיזוג מקורות הדגימה השונים על מנת לוודא את תקפותם? כיצד ניתן לשכפל תהליך זה לאורך זמן כדי להשיג אמינות? כיצד אתם מתמודדים עם האפשרות של חברי פאנל כפולים ממקורות שונים?

אנחנו לא מספקים נתונים מיותר ממקור אחד.

4. האם מקור(ות) הדגימה שלכם משמש(ים) באופן בלעדי למחקרי שוק? במידה ולא, לאילו מטרות נוספות הם משמשים?

פאנל האינטרנט של חברת iPanel משמש לצורכי מחקר שוק בלבד ולא לשום מטרה אחרת.

5. כיצד אתם מאתרים קבוצות אוכלוסייה שקשה לאתרן באינטרנט? הקשר: הבטחת הכללתן של קבוצות קשות לאיתור באינטרנט (כגון קבוצות מיעוטים אתניים).

חברת איי פאנל משתפת פעולה עם אתרים שונים אשר אליהם גולשות אותן אוכלוסיות. כמו כן אנו מפרסמים באתרים אחרים קמפיינים שונים לגיוס אותן אוכלוסיות. בנוסף אנו אוספים כתובות מייל דרך סקרי הטלפון שמבוצעים וכך מגיעים לאנשים הנגישים פחות באינטרנט.

6. אם, בפרויקט מסוים, יש לכם צורך להשלים את הדגימה(ות) שלכם באמצעות דגימה(ות) מספקים (חברות) אחרים, כיצד אתם בוחרים שותפים אלה? האם המדיניות שלכם אומרת כי יש ליידע את הלקוח מראש במקרה של שימוש בדגימות מספק צד ג'?

אנחנו לא משלימים דגימות ממקורות אחרים כלל.

# ניהול פאנל ודגימות

7. מה השלבים אותם אתם מבצעים על מנת להשיג דגימה מייצגת של קהל היעד?

כל דגימה נקבעת לפי צורכי הלקוח והיא מנוהלת ע"י שמירה על מכסות הנבנות במערכת ניהול הפאנלים. המכסות שומרות על שליחה מייצגת של הזימונים וכן על המשתנים בדטה של הסקר עצמו.

8. האם אתם עובדים עם נתב סקרים?

לא.

9. במידה והנכם משתמשים בנתב: נא תארו את תהליך ההקצאה במסגרת הנתב שלכם. כיצד אתם מחליטים אילו סקרים באים בחשבון עבור משיב מסוים? על בסיס איזה סדר עדיפות מתבצעת הקצאת המשיבים לסקרים?

מערכת ניהול הפאנלים מקצה חברי פאנל לכל סקר לפי מספר תנאים. ראשית לפי ההתאמה לסגמנט אליו חבר הפאנל משתייך לפי מגוון משתני דגימה. לאחר מכן לפי מענה על סקרים בנושאים דומים (ישנה תקופת צינון של 3 חודשים במענה על סקרים בנושא דומה).



10. במידה והנכם משתמשים בנתב: באילו צעדים הנכם נוקטים כדי להתגונן מפני, או לרכך, את ההטיה הנובעת משימוש בנתב? כיצד אתם מודדים הטיה כלשהי ומדווחים עליה?

על כל חבר פאנל נשמר שמו הפרטי ומשפחתו, כתובתו, תאריך הלידה שלו (גילו בשנים) וזאת באמצעות טופס הרישום במעמד ההצטרפות עצמו. כמו כן, כל חברי הפאנל נדרשים לענות על סקרי הפרופיל הכוללים כ- 70 שאלות במגוון נושאים צרכניים וכן פרטים דמוגרפיים כמו השכלה, הכנסה, מצב משפחתי ופרטים נוספים. סקרי פרופיל נוספים מצורפים מעת לעת. כל סקרי הפרופיל נשלחים לחברי הפאנל ומתעדכנים אחת לחצי שנה וזאת במטרה לשמור על בסיס נתונים מעודכן ככל האפשר.

11. במידה והנכם משתמשים בנתב: מי בחברתכם קובע את הפרמטרים של הנתב? האם מדובר בקבוצה ייעודית או במנהלי פאנלים בודדים?

סמנכ"ל החברה שאמון על ניהול הפאנל קובע זאת.

12. אילו נתוני פרופיל של חברי הפאנל נשמרים? כיצד הדבר מתבצע?

כיצד משתנה הליך זה עבור מקורות דגימה שונים?

על כל חבר פאנל נשמר שמו הפרטי ומשפחתו, כתובתו, תאריך הלידה שלו (גילו בשנים) וזאת באמצעות טופס הרישום במעמד ההצטרפות עצמו. כמו כן, כל חברי הפאנל נדרשים לענות על סקרי הפרופיל הכוללים כ- 70 שאלות במגוון נושאים צרכניים וכן פרטים דמוגרפיים כמו השכלה, הכנסה, מצב משפחתי ופרטים נוספים. סקרי פרופיל נוספים מצורפים מעת לעת. כל סקרי הפרופיל נשלחים לחברי הפאנל ומתעדכנים אחת לחצי שנה וזאת במטרה לשמור על בסיס נתונים מעודכן ככל האפשר.

13. נא תארו את תהליך הנעת הסקר. מהי ההזמנה הנשלחת לאנשים

להשתתפות בסקרים פרטניים? איזה מידע על הפרויקט מסופק במהלך התהליך? פרט להזמנות ישירות להשתתפות בסקרים ספציפיים (או לנתב), לאילו אמצעים אחרים להזמנה להשתתפות בסקרים נחשפים חברי הפאנל? עליכם לשים לב לכך שלא כל ההזמנות להשתתפות מגיעות בצורה של הודעת דואר אלקטרוני.

לאחר הקצאת חברי הפאנל לדגימה נשלח מייל זימון לסקר. בכניסה לסקר נמסר לחבר הפאנל בכמה נקודות יזכה אם ישלים את הסקר.

14. נא תארו את התמריצים המוצעים לחברי הפאנל עבור ההשתתפות בסקרים. באיזה אופן משתנים התמריצים בהתאם למקור הדגימה, אורך הריאיון ומאפייני המשיבים?

על כל שאלון שחבר הפאנל עונה הוא זוכה למספר נקודות שמשתנה לפי אורכו ומורכבותו של השאלון.

15. לאיזה מידע בנוגע לפרויקט הנכם זקוקים על לבצע אומדן מדויק של סיכויי היישום באמצעות השימוש במקורות העומדים לרשותכם?

כל בקשה לדגימה נבחנת לפי כמות האנשים הנדרשים לדגימה ביחס לכמות הקיימת בפאנל ואחוז המענה.

16. האם אתם מודדים את מידת שביעות הרצון של המשיבים על הסקרים?

האם מידע זה זמין ללקוחות?

בסיומו של כל שאלות יש חלון טקסט חופשי שבו חברי הפאנל מוזמנים להעיר

כל הערה על השאלון שזה עתה מילאו.

17. איזה מידע הנכם מספקים לצורך אספקת המידע החוזר ללקוח לאחר

סיום הפרויקט.

הלקוח יכול לקבל מגוון נתונים על המענה כמו אחוזי מענה, סינון וכן הלאה.

# איכות ותיקוף תוצאות הסקר

18. מי אחראי על ביצוע בדיקות האיכות? במידה ואתם האחראים, האם יש לכם נהלים מוסדרים לצמצומן או ביטולן של התנהגויות בלתי רצויות במהלך הסקר, כגון (א) תשובות אקראיות (ב) תשובות בלתי הגיוניות או בלתי עקביות (ג) שימוש יתר באפשרות ההימנעות מתשובה לשאלות (לדוגמא, תשובות "איני יודע") או (ד) מהירות (השלמת שאלוני הסקר במהירות רבה מדי)? נא תארו נהלים אלה.

החברה עובדת לפי שורה ארוכה של נהלי בדיקות איכות עם הקצאת משאבי כ"א המיוזעים לכך. כל קובץ נתונים עובר סדרה של בדיקות איכות לפי שהוא נשלח ללקוח. הבדיקות הן לפי אופן המענה על שאלות פתוחות וסגורות וחוסר עקביות כמו כן זמן מענה על השאלון.

19. באיזה תדירות רשאי אותו אדם להשתתף בסקרים בפרק זמן נתון בין אם הוא עונה לפנייה ובין אם לאו? כיצד משתנה תדירות זו עפ"י מקורות הדגימה שלכם?

כל חבר פאנל מוזמן ללא יותר מ-4-5 שאלונים בחודש.

20. באיזה תדירות רשאי אותו אדם להשתתף בסקרים בפרק זמן נתון בין אם הוא עונה לפנייה ובין אם לאו? כיצד משתנה תדירות זו עפ"י מקורות הדגימה שלכם? כיצד אתם מנהלים את הקטגוריות ו/או פרקי הזמן?

בפועל כל חבר פאנל עונה על 2-3 מחקרים בחודש. ניהול פרקי הזמן מנוהל על ידי מערכת ניהול הפאנלים.

21. האם אתם שומרים נתונים אישיים אודות חברי הפאנל, כגון היסטוריית השתתפות בסקרים אחרונים, תאריך ההשתתפות, מקור הגיוס וכו'? האם יש ביכולתכם לספק ללקוח דו"ח נפרד של כל אחד מן הנתונים האישיים הללו?

כן, נשמרים כל הנתונים האלו ויותר מזה בבסיס הנתונים והם יכולים להיות מסופקים ללקוח.

22. האם יש לכם נוהל לאישור זהותם של המשיבים? האם יש לכם נוהל לגילוי משיבים מרמים? נא תארו נהלים אלה כפי שהם מיושמים בעת הרישום למקור דגימה ו/או בעת ההצטרפות לסקר או לנתב. במידה והנכם מציעים דגימות B2B, מה הם הנהלים החלים עליהן, במידה וקיימים כאלה?

קיימות בדיקות יומיות, שבועיות, חודשיות ורבעוניות לאיתור חברי פאנל שנרשמו כפול או בצורה אינה תקינה. בכניסה לכל סקר גילו ומינו של העונה עובד השוואה אוטומטית לגילו ומינו המופיע בבסיס הנתונים וכל מקרה של חוסר קורלציה חוסם את חבר הפאנל מלענות על המחקר. כמו כן על מנת להמיר את הנקודות לתווי קנייה, נדרש חבר הפאנל לשלוח צילום של תעודת הזהות שלו לצורך אימות פרטים.

23. נא תארו את תהליכי ה-opt-in למחקרי שוק' עבור כל מקורות הדגימה המקוונים שלכם.

כן. היסטוריית ההשתתפות בסקרים נשמרת וכוללת בתוכה: תאריך ההשתתפות, מקור הגיוס וכן פרטים רבים אחרים שמאפשרים לנו לנהל טוב יותר את הפאנל ואת הפעילות שלו עד לרמת חבר הפאנל הבודד. ניתן לספק ללקוח דוחות שונים בנפרד לתוצאות הסקר עצמו בנושא זה בתאום מראש.

24. נא ספקו קישור לדף "הגנת הפרטיות" שלכם. כיצד אתם מגינים על

פרטיותם של המשיבים?

בתקנון מופיע פירוט בנושא זה.

25. באילו אמצעים אתם נוקטים על מנת להבטיח את הגנת ואבטחת

הנתונים?

הנתונים על חברי הפאנל ותשובותיהם על השאלונים יושבים בבסיסי נתונים

נפרדים שכל אחד מהם שמור במגוון אמצעי הגנה.

26. באיזה אופן אתם מחליטים האם יש צורך להשתמש במחקר מקוון על

מנת להציג למשיבים על הסקרים נתוני לקוח או חומרים רגישים

מבחינה מסחרית?

כל החלטות האלו מתקבלות בהתייעצות עם הלקוח.



27. האם הנכם מסומכים ע"י מערכת אבטחת איכות כלשהי? במידה וכן,

איזו?

לא.

28. האם אתם עורכים מחקרים בקרב ילדים ובני נוער? במידה וכן, האם

אתם מצייתים לסטנדרטים הניתנים ע"י ESOMAR? באילו חוקים או

סטנדרטים אחרים, דוגמת COPPA בארה"ב, הנכם עומדים?

כן, אנו עורכים מחקרי שוק לנוער החל מגיל 12 ומעלה. לגילאים צעירים יותר

אנחנו פונים להורה ומבקשים את אישורו לראיין את הילד.



**iPanel**  
הפאנל הישראלי באינטרנט  
[www.iPanel.co.il](http://www.iPanel.co.il)

מצא אותנו בפייסבוק

iPanel

