

Online Erhebungen jenseits der Befragung

Dr. Frank Knapp

frank.knapp@psyma-online.com

Juni 2003

Vortrag

Online Erhebungen

- **Quantitative Online Marktforschung: Online-Umfragen**
 - z.B. Onsite-Befragungen
- **Qualitative Online Marktforschung**
 - **Befragungen**
 - Online Chat als Einzelexplorationen
 - Online Focus Groups
 - **Beobachtungen**
 - Beobachtung bei Pinboards / Chats
- **(Quantitative) Logfile-Analyse**
- **Sonderformen: z.B. Online Mystery Transaction**

- I** Online Erhebungen jenseits der Befragung
- II** Qualitative Erhebungen
- III** (Quantitative) Logfile-Analysen
- IV** Spezielle Anwendungen, z.B. Online Mystery Transaction
- V** Fazit

- I Online Erhebungen jenseits der Befragung
- II Qualitative Erhebungen**
- III (Quantitative) Logfile-Analysen
- IV Spezielle Anwendungen, z.B. Online Mystery Transaction
- V Fazit

Qualitative Befragungen

<i>Dimension</i>	Einzel- befragung	Gruppen- befragung
Synchron	Qualitatives Interview Exploratives Interview Expertengespräche	Online-Focus-Group
Asynchron	E-mail-Befragung	E-mail-Gruppen Pinboard-Befragung

Quelle: NEON-Arbeitspapier: „Qualitätssicherung für qualitative Online Marktforschung“.

Online Focus Group

- **Mögliche Vorteile**

- Anonymere Situation: ehrlichere Antworten, geringere soziale Kontrolle, Behandlung sensibler Themen
- Schwer zu erreichende / kleine Zielgruppen können leichter rekrutiert werden
- Ortsunabhängigkeit

- **Mögliche Nachteile**

- keine nonverbale Kommunikation möglich (Face-to-face Interaktion)
- Externe Störungen können nicht kontrolliert werden
- Weniger detaillierte Argumente (anhängig von Tippfreude / -geschick der TP)

Online Focus Group

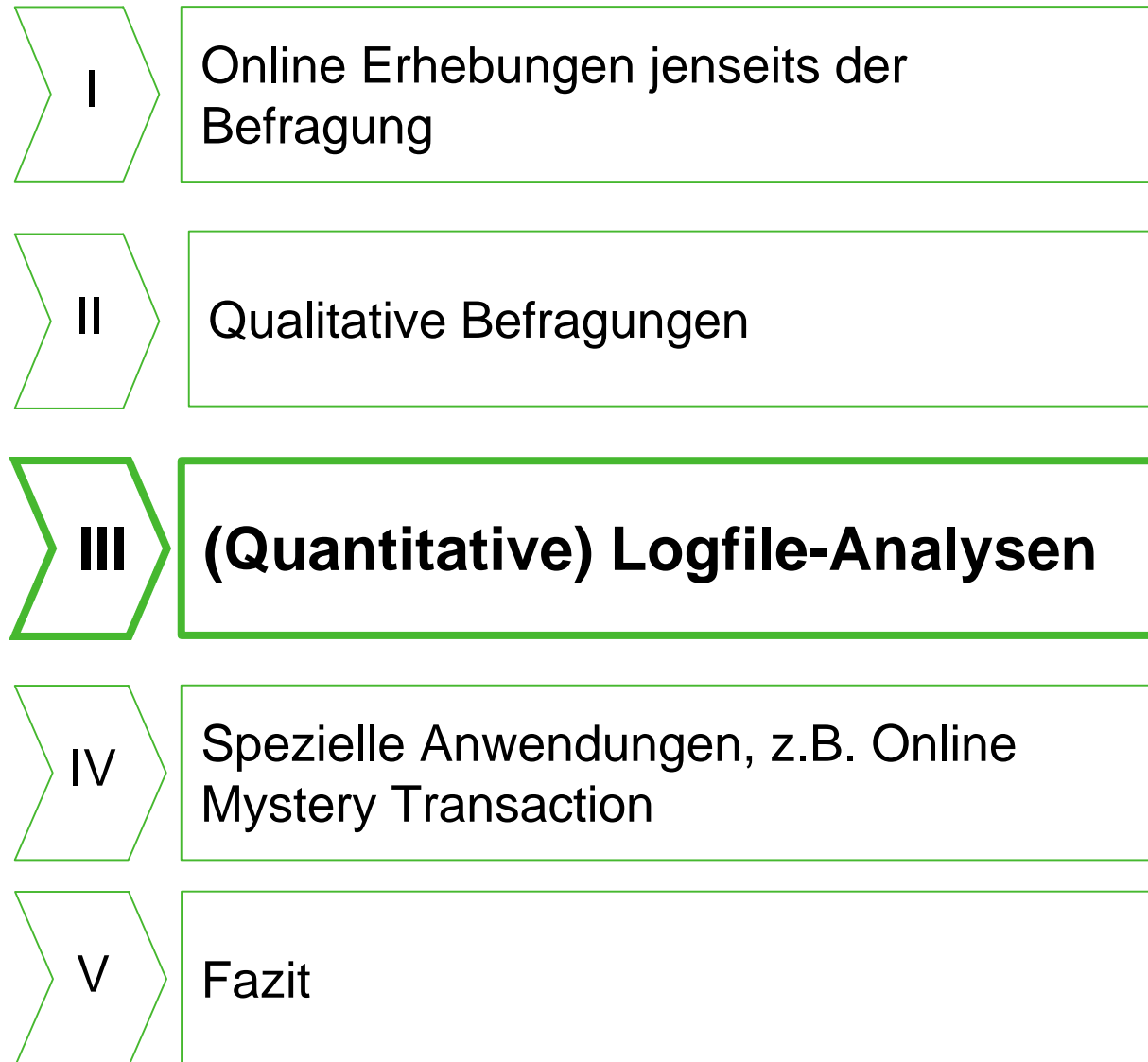
- **Spezielle Anforderungen**
 - Sicheres Zuordnen der Beiträge zu Teilnehmern
 - Prägante Ausdrucksweise in Schriftform
 - Spezielle Auswertungsstrategien, um Ausfall nonverbaler Kommunikation zu kompensieren

Quelle: NEON-Arbeitspapier: „Qualitätssicherung für qualitative Online Marktforschung“.

Qualitative Beobachtungen

<i>Dimension</i>	Teilnehmend	Nicht- teilnehmend
Synchron	<ul style="list-style-type: none"> • Chat • Pfadanalysen (z.B. Verhaltensbeobachtung bei der Internetnutzung) 	Chat
Asynchron	Pinboard	<ul style="list-style-type: none"> • Pfadanalysen (z.B. Verhaltensbeobachtung bei der Internetnutzung) • Pinboard

Quelle: NEON-Arbeitspapier: „Qualitätssicherung für qualitative Online Marktforschung“.



Logfile-Analyse

- **Aktivitäten von Besuchen werden aufgezeichnet und analysiert**
- **Kann Einblicke in Verhaltens- und Motivstrukturen gewähren**
 - Z.B. Häufigkeit der Zugriffe,
 - Verweildauern,
 - Suchbegriffe,
 - Navigationspfade einschl. Effizienzindikatoren
- **Nicht-personalisiert („Besuche“) vs. personalisiert („Besucher“)**
 - z.B. durch Cookies, Registrierung

Logfile-Analyse

Fragestellungen:

- **Wer sind die Besucher?**
 - Länder, Hosts,
- **Mit welcher technischen Ausstattung?**
(Browser, Browser-Version, Betriebssystem; ggf. Monitor-Auflösung, Browser-Funktionalität)
- **Was ist ihre Besuchsmotivation?**
 - Referrer/Links von anderen Seiten
 - Suchbegriffe interne / externe Suchmaschinen

Logfile-Analyse

Fragestellungen:

- **Welche Inhalte sind ihnen wichtig?**
 - Meist/wenig besuchte Seiten / Verzeichnisse / Bereiche
 - Einstiegs-/Ausstiegs-Seiten, einzig betrachtete Seiten
 - Top-Downloads

Aber: Abhängig von

- Aktuell vorhandenem Content
- Usability der Website

Logfile-Analyse

Fragestellungen:

- **Attraktivität der Site**

- Abgefragtes Datenvolumen
- Anzahl abgerufener Seiten pro Besuch / Dauer eines Besuchs: Benchmarks erforderlich!
- Anteil Visits / Seitenabrufe einzelner Bereiche
- Http-Statuscode-Auswertung nach Fehlerarten

Aber: Abhängig von

- Aktuell vorhandenem Content
- Usability der Website

Logfile-Analyse

Fragestellungen:

- **Usability**

- Pfad-/Clickstreamanalyse, Top-Click-Pfade
- Effizienz der Informationssuche:
Anzahl abgerufener Seiten : Verweildauer

Aber: Abhängig von

- Aktuell vorhandenem Content

Logfile-Analyse

Fragestellungen:

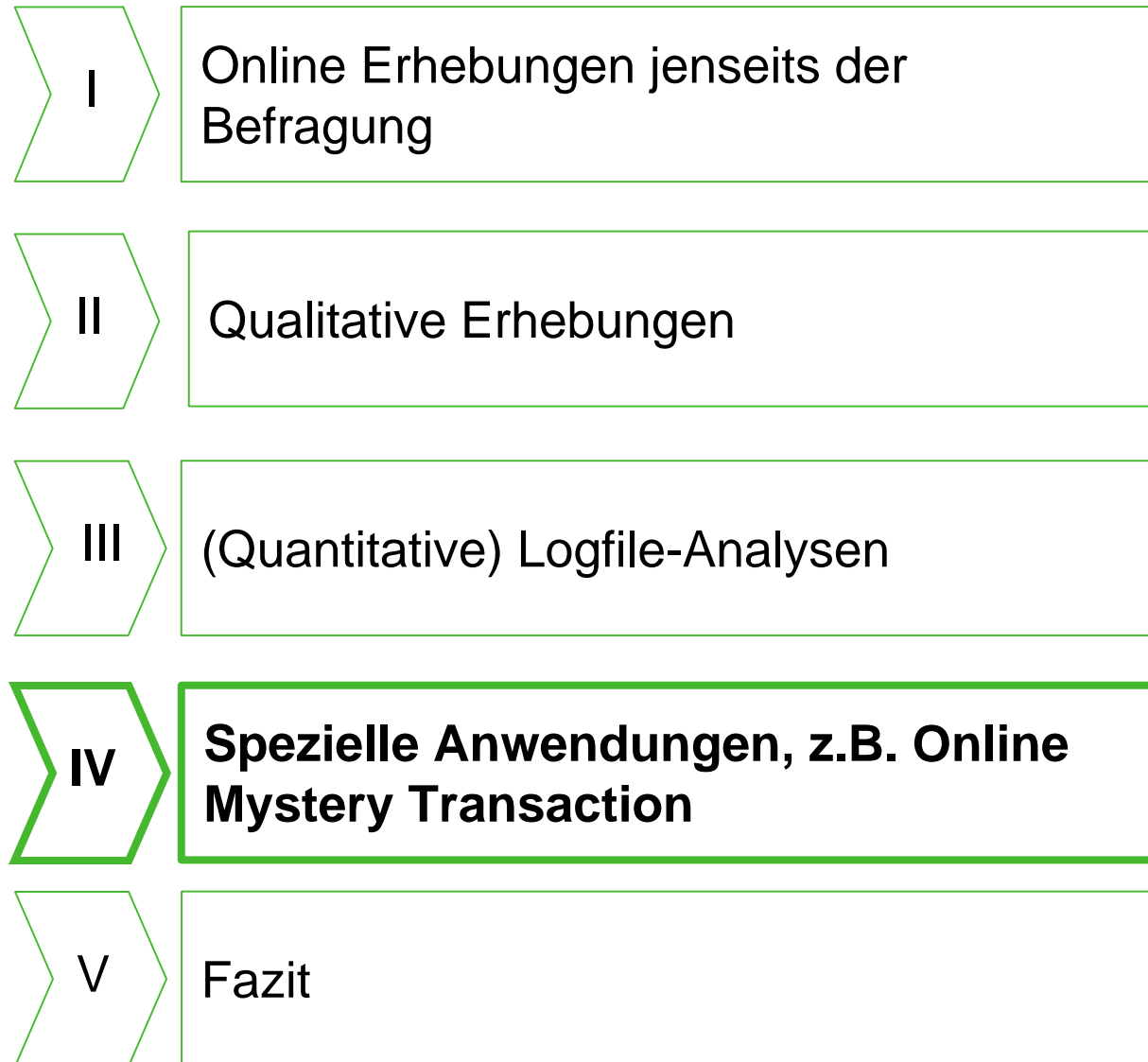
- **Nutzungsverhalten**

- Erst-/Mehrfachbesucher
- Anzahl Seiten pro Visits: Heavy / Light User
- Anteil One-Page-Visits (kein tiefes Interesse)
- Anteil Visit exits / entries Hauptseite: „Standardnavigation“
- Anteil Visit exits / entries andere Seiten: „spezifisches Interesse“
- Pfad-/Clickstreamanalyse, Top-Click-Pfade
- Übergangswahrscheinlichkeiten zwischen Seiten

Logfile-Analyse

Meßprobleme:

- Proxyserver
- Nettoreichweite schwer erfassbar
- Verweildauer ggf. technisch bedingt
- Definition / Indizierung von Bereichen
- Verhalten abhängig von vorhandenem Content: Interessen, Attraktivität und Akzeptanz nur bedingt ableitbar, Verbesserungsvorschläge / Ergänzungswünsche überhaupt nicht.



Online Mystery Transaction

- **Übertragung des klassischen Mystery Shoppings auf Internet-Fragestellungen**
- **fingierte Veranlassung von Website- oder Support-/Service-Transaktionen, z.B.**
 - Online-Bestellung: Auftragsbestätigung, Lieferung, Rechnungsstellung, Retouren-Abwicklung
 - Anfrage- / Beschwerde-eMail
 - Call-Me-Back-Button
 - Kontakt-Anfrage
 - ...
- **Aufzeichnung und Auswertung von Response-Geschwindigkeit und -Qualität**

- I** Online Erhebungen jenseits der Befragung
- II** Qualitative Erhebungen
- III** (Quantitative) Logfile-Analysen
- IV** Spezielle Anwendungen, z.B. Online Mystery Transaction
- V** **Fazit**

Fazit

- **Bereits heute vielfältiges Spektrum von Methoden und Instrumenten**
- **Adaptionen von Offline-Verfahren (z.B. qualitative Erhebungen, Online-Fragebogen):
Entsprechend gelten die bekannten Anforderungen an Untersuchungsanlage, Durchführung und Analyse.**
- **Neue Verfahren und Möglichkeiten (z.B. Logfile-Analyse, Beobachtung von Chats etc.):
Neue technische und methodische Herausforderungen.**