

Skidt og panel

Af udviklingsdirektør Rolf Randrup, TNS Gallup

En billig "panel" undersøgelse kan hurtigt blive et dyrt bekendtskab.



Rolf Randrup

Et panel er grundlaget for *reel viden* om, hvad en aktivitet inden for markedsføring afstedkommer, men der er én bestemt forudsætning, der skal være opfyldt: Kvaliteten skal være i orden.

Det vil sige, at alle panelmedlemmer skal være udvalgt korrekt, efter principperne om tilfældig udvælgelse. Sådan er G@llupForum etableret. Ingen har fået lov at melde sig selv og fået lov til at skævvride panelet.

Selvrekuttering er selvmål

Hvorfor lægger vi i TNS Gallup så stor vægt på, at paneldeltagerne er rekrutteret ordentligt, dvs. efter et system, og ikke efter den enkeltes forgodtbefindende? Kan det ikke være lige meget, blot man har tilstrækkeligt mange svarpersoner, som man bagefter kan veje på plads, så man har det rette forhold mellem mænd og kvinder og de forskellige aldersgrupper?

Skævt

Svaret er nej. Melder individer sig selv, så melder de sig, fordi de har *lyst til at ytre sig*, f.eks. positivt om et produkt eller et emne. Eller også melder de sig, fordi de er kritisk anlagte eller gerne vil have luft for nogle dårlige erfaringer.

I stedet for den klassiske normalfordeling, der er forudsætning for god research, får man en *to-puklet fordeling* af tilfredse og utilfredse, og et analyseresultat, der sandsynligvis er mere *vildledende* end vejledende.

Repræsentative udvalg

Såvel G@llupForum, Gallup TV-Meter som Gallup Radio Index er paneler. I alle tilfælde kræver - og kontrollerer opdragsgiverne, at paneldeltagerne er udvalgt tilfældigt. Ingen kunder burde kræve mindre.

Info

Læs tidligere artikel om repræsentativitet: "Den store metodekrig" i Fra Information til Viden – September 2004