

Perspektiver fra en annen planet

Helge Thorbjørnsen
18.10.2012

Utfordringer i denne type undersøkelser

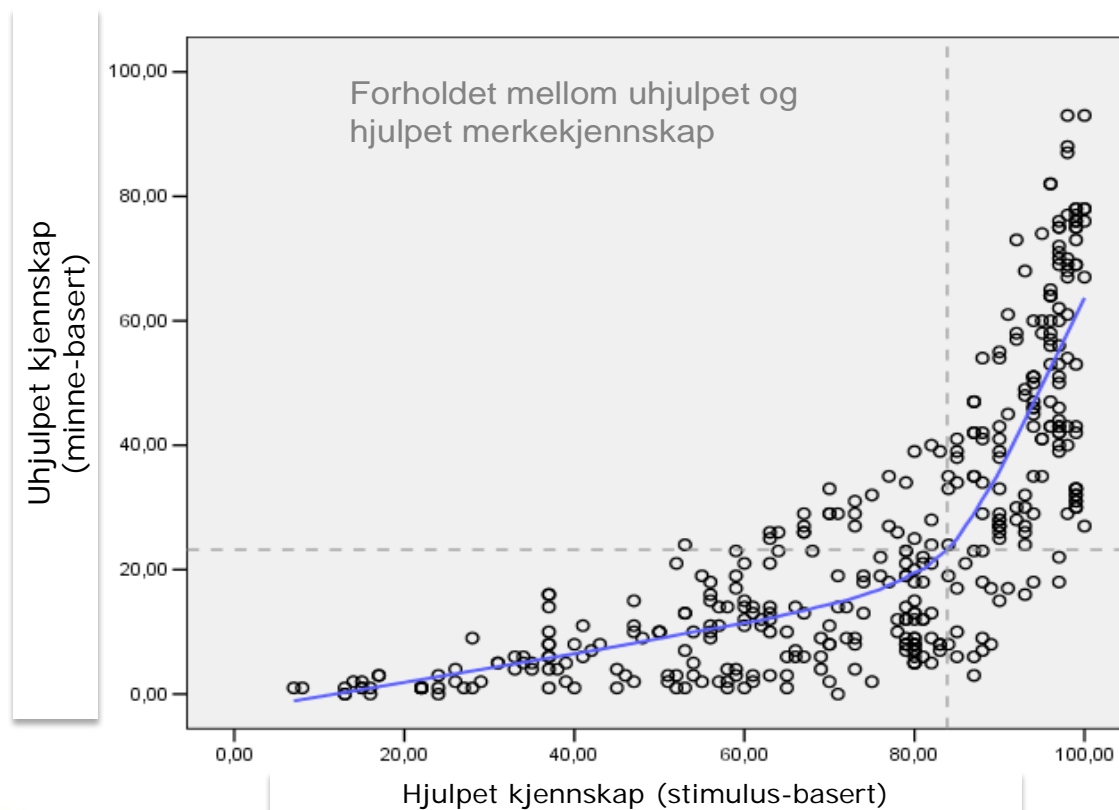
1. Selvrapporterte mål på valg/viktighet predikerer ofte faktisk atferd dårlig
 - Dårlig innsikt i egne preferanser og avveininger
 - Sensur og rasjonalisering
 - Hypotesegjetting
 - Vanskelig å begrunne andre alternativ
- Alternativer:
 - Statistisk avledet viktighet (regresjon/conjoint)
 - Eksperimenter
 - Spørsmål i tredjeperson

Utfordringer i denne type undersøkelser

2. Valg som er minnebaserte og stimulusbaserte er svært forskjellige

Utfordringer i denne type undersøkelser

«Memory blocking»



Utfordringer i denne type undersøkelser

2. Valg som er minnebaserte og stimulusbaserte er svært forskjellige
 - Å stille spørsmål hjulpet (stimulusbasert) kan gi svært misvisende svar hvis faktisk valgsituasjon er uhjulpet (minnebasert) – og vice versa.
 - Ulik dynamikk *og konkurransehemming* når valg er minnebasert
 - Klare blokkeringseffekter i minnebaserte valg
 - Fusjon mellom store aktører som opererer i minnebaserte kontekster (ex. retail) kan hemme konkurranse mer enn store aktører som opererer i stimulusbaserte kontekster.

Utfordringer i denne type undersøkelser

3. Hvem er egentlig konkurrentene?

- Tradisjonelle «kategoridefinisjoner» avleggs.
- Kundens behov bestemmer konkurrentene, ikke «kategorien»
- Samme produkt har ulike konkurrenter og diversjonsrater for ulike kontekster/behov (evt. segmenter)
 - Retail dagligvare: Daglighandel, storhandel, suppleringshandel
 - Produkter dagligvare: Mellommåltid, lunsj, kvelds, middag
- Risikerer å feilestimere diversjonsrate hvis en definerer markedet/konkurrentene for snevert
- Bør beregne diversjonsrate hvor hvert behov/kontekst og så vekte?

Utfordringer i denne type undersøkelser

4. Framing av spørsmål påvirker svar

– «.....*reklameannonse* i avis X...»..... «som erstatning for Demokraten»

-> Tydelig priming på «reklameannonse» og «(papir)avis»

5. Rekkefølge av spørsmål påvirker svar

– Tidligere spørsmål kan gjøre respondenten klar over alternativer de ikke hadde tenkt på uhjulpet

Viktige avklaringspunkt i bruk av diversjonsrater

- Variasjonssøken i kategorien
 - Jeg konsumerer glatt fem aviser i lunsjen. Det er verre å konsumere 5 lunsjer.
- Konkurrenter/substitutter i tilgrensende bransjer/kategorier
 - Vil en liten prisøkning skyve annonsekronene over på nett?
- Hvilke produkter er konkurrenter for hvilke behov?
 - Lokalnyheter, sport, utenriks, debatt
- Er valg kompensatorisk eller basert på heuristikk?
 - Vekter egenskaper eller går kun for en egenskap (eks. lokal)
- Er valg minnebasert eller stimulusbasert?
 - Valg av butikk versus valg i butikk
- Når er inntektsdiversjon og når er kundediversjon mest riktig?



Kjør debatt