

## **Nowe rozwiązania w realizacji projektu NetTrack Millward Brown**

Do rąk odbiorców projektu NetTrack trafiają właśnie pierwsze dane pochodzące z pomiaru realizowanego wg zmienionej metodologii, która obowiązuje od stycznia 2015 roku. Metodologia badania została opracowana przez zespół badaczy w Millward Brown przy współudziale ekspertów akademickich. Zmiany mają na celu dostosowanie metodologii badania do obecnej fazy rozwoju internetu w Polsce i różnicowanych potrzeb użytkowników badania.

W badaniu Net Track zostały zastosowane równolegle różne techniki dotarcia do respondentów i różne metody gromadzenia danych. Dane zbierane są technikami mieszanymi; w zależności od celu badania wykorzystywana jest technika CATI, CAPI lub CAWI. Schemat badania mix mode pozwala na uzyskanie wysokiej jakości danych dzięki efektywniejszemu dotarciu do respondentów trudno dostępnych.

Pierwszym celem badania jest określenie poziomu penetracji internetu w populacji Polaków w wieku 15-75 lat i dostarczenie charakterystyki demograficznej internautów. Cel ten osiągamy w badaniu na próbie ogólnopolskiej reprezentatywnej dla całej populacji 15-75 lat realizowanym obecnie w większości jako próba telefoniczna CATI (łączona próba telefonów komórkowych i stacjonarnych) a uzupełnianym jako próba CAPI (z respondentami niedostępnymi przez telefon).

Drugim celem badania Net Track jest charakterystyka internautów pod względem ich zwyczajów korzystania z sieci, poszukiwanych informacji, zwyczajów zakupowych czy znajomości oraz odwiedzania stron internetowych. Ten cel jest realizowany w badaniu prowadzonym bezpośrednio na próbie osób korzystających z internetu, jako ankieta CAWI wypełniana online przez internautów z należącego do Millward Brown panelu internetowego IBIS oraz internautów rekrutowanych w części CAPI badania Target Group Index. Pomiar prowadzony jest w sposób ciągły, przez cały rok.

Dane zostały przygotowane w taki sposób, aby zachować ciągłość dotychczasowych analiz i umożliwić użytkownikom dostęp do wszystkich zmiennych. Jednak w okresie przejściowym należy liczyć się z pewnymi różnicami w danych w stosunku do poprzedniego pomiaru. Jesteśmy przekonani, że ta naturalna, przejściowa niedogodność zostanie wynagrodzona przez dane o jeszcze wyższej jakości.

Anna Romaniuk, Dyrektor Badań Internetowych NetTrack, Millward Brown  
[anna.romaniuk@millwardbrown.com](mailto:anna.romaniuk@millwardbrown.com)

Kuba Antoszewski, PR Manager. Millward Brown  
[kuba.antoszewski@millwardbrown.com](mailto:kuba.antoszewski@millwardbrown.com)