

Televisie van de toekomst is sociaal

InSites Consulting past 'co-creatie' toe op marktonderzoek en laat de consument in een web 2.0 omgeving meedenken over potentiële productideeën en toepassingen. Een eerste groot onderzoek draaide rond de televisie van de toekomst. Belangrijkste conclusies waren de eerder beperkte integratie tussen televisie en computer, het concept TV 'à la carte' en de TV als interactief communicatiemiddel. Dit blijkt uit de online brainstorm die rond 'televisie van de toekomst' is opgezet. De gegenereerde ideeën werden afgetoetst tijdens een online community gedurende 6 weken. Zowel de online brainstorm en community behoren tot een reeks innovatieve onderzoekstechnieken die InSites Consulting recent op de markt bracht onder de noemer Connected Research.

Televisie van de toekomst: computer à la carte en communicatiemiddel

Uit alle verzamelde ideeën rond de televisie van de toekomst blijken een paar trends. Eerste trend toont de eerder beperkte vraag naar **integratie tussen televisie en computer**. In de online community kwam in dit verband sterk de angst voor technische problemen en virussen op de tv naar voor. De PC werd ook gezien als een eerder individuele activiteit, terwijl tv kijken voor veel mensen nog altijd ook een sociale activiteit is.

Een tweede trend sluit op dit laatste aan, zijnde je **tv als communicatiemiddel**. Concreet gaat het dan om ideeën zoals communiceren met andere kijkers over een programma, interageren in spelprogramma's.

Laatste trend is de populariteit van '**tv à la carte**'. Een stapje verder gaat user generated content, waarbij mensen hun eigen video's of programma's kunnen uitzenden. Dit spreekt slechts een select publiek aan. Uit de community blijkt vooral de schrik voor ongewenste content op de televisie wat zou kunnen leiden tot minder controle op wat kinderen op tv kunnen zien.

Andere ideeën die weliswaar door een beperkte groep werden ondersteund waren interactieve opleidingen via tv, live concerten bijwonen, lezen van tijdschriften en kranten, opslaan van noodnummers op je tv die onmiddellijk hulpdiensten contacteren bij problemen, touchscreenfuncties, ...

Deze ideeën zijn het resultaat van twee onderzoeksopzetten uitgevoerd door InSites Consulting. De **online brainstorm** werd georganiseerd met 121 Vlamingen. Aan hen werd gevraagd om eerst zelf te brainstormen over de televisie van de toekomst. Zowel nieuwe functies als nieuwe inhoud waren mogelijk. Deelnemers moesten geen rekening houden met de technische mogelijkheden.

In de **online community** werden ideeën uit de brainstorm verder afgetoetst. Gedurende 6 weken hebben 100 Vlamingen over de tv van de toekomst gediscussieerd. Om inspiratie te geven, werden af en toe sprekers vanuit de industrie aan het woord gelaten. Een moderator leidt alles in goede banen. Beide technieken kaderen in een reeks van innovatieve onderzoekstechnieken die InSites Consulting recent op de markt bracht onder de noemer **Connected research**.

Respondent wordt participant

Meer en meer gebruiken consumenten technologieën zoals blogs, chatrooms, communities en bulletin boards om hun mening te uiten. Ze creëren online conversaties met anderen om zo ongefilterd over producten en diensten te discussiëren. De consument heeft zo meer mogelijkheden om de markt te verkennen en meer macht om bedrijven/producten te 'maken' of te 'kraken'. Marktonderzoekers dienen hun methodes hieraan aan te passen en meer te interageren met de consument. **Connected Research** houdt in dat InSites Consulting web 2.0 technieken inschakelen binnen marktonderzoekstrajecten. Terwijl de marktonderzoeker vroeger eenrichting communicatie aanging met zijn respondent, zorgen web 2.0 technieken voor meer interactie en ontstaat er een meer gelijke relatie tussen onderzoeker en participant.

InSites Consulting eerste om web 2.0 toe te passen binnen een onderzoekstraject

InSites Consulting is de eerste om de web 2.0 trend toe te passen binnen onderzoekstrajecten en lanceert **Connected Research** met een duidelijk objectief: het verbeteren van marktonderzoek om zo tot betere inzichten voor marketeers te komen. Deze technieken vervangen niet de traditionele methodes, maar laten toe om additionele inzichten te capteren of onthullen binnen sociale interacties en conversaties.

Het R&D team binnen InSites Consulting ontwikkelde deze Connected Research onderzoekstools met toepassing van hun expertise en methodologische kennis. Deze tools beantwoorden aan specifieke marktonderzoeksnoden binnen de markt.



Contact
Tom De Ruyck, R&D Consultant
+32 9 269 14 07
tom.deruyck@insites.eu
www.insites.eu

De R&D afdeling staat in voor de ontwikkeling van innovatieve onderzoeksmethodes die tegemoet komen aan klantennoden en aan markttuitdagingen binnen het domein van marktonderzoek. Het R&D team publiceert regelmatig wetenschappelijke papers binnen bedrijfs- en academische wereld en zijn frequente sprekers op workshops en internationale congressen. Meer info over R&D binnen InSites Consulting op www.insites.eu.

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt online marketing onderzoek uitgevoerd, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het hoofdkantoor in Gent telt 70 hooggeschoolde en ervaren medewerkers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteit georiënteerd. Meer informatie op www.insites.eu.