

PANEL MEMBER INFO

Cara lettrice e caro lettore,

è con grande gioia che vi presentiamo per la prima volta in questa newsletter il nostro nuovo logo. Continuiamo a chiamarci Kantar Switzerland AG, ma il logo integra adesso il nostro ambito specifico: KANTAR MEDIA.

Cambiamenti, adeguamenti e aggiornamenti sono all'ordine del giorno. A volte si insinuano nella nostra vita senza che li notiamo. Per non lasciare nulla al caso, c'è il metodo collaudato dei successivi controlli periodici. Che si tratti di controlli regolari per la prevenzione sanitaria o della manutenzione all'auto di famiglia prima delle grandi vacanze estive, ciò che hanno in comune sono, sempre, le stesse domande e analisi di controllo.

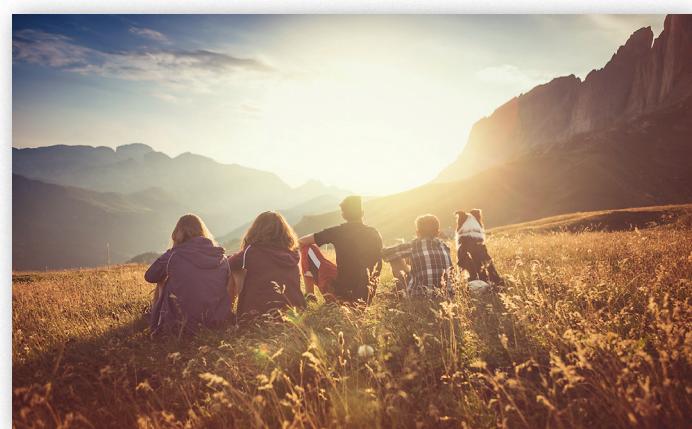
In primavera vi abbiamo invitato a partecipare al nostro «sondaggio supplementare». Si tratta di un sondaggio che organizziamo ogni due anni per mantenere sempre aggiornati i dati e promuovere positivamente la qualità. Un'elevata qualità dei dati è alla base della nostra indagine sull'utilizzo dei media svizzeri per conto della Confederazione.

Le informazioni mancanti e i dati duplicati o non correttamente acquisiti, al contrario, peggiorano la qualità dei dati, con la possibile conseguenza che, ad esempio, i nostri tecnici si rechino a un indirizzo sbagliato o gli amministratori del panel riscontrino difficoltà nel contattare i partecipanti. Ecco perché, per noi, è fondamentale che tutti i dati siano corretti.

In questa edizione della newsletter desideriamo offrirvi una panoramica sfaccettata sul nostro studio e mostrarvi perché è importante aggiornare regolarmente i dati del vostro nucleo familiare. Nelle pagine seguenti saremo lieti di spiegarvi in che misura le informazioni sul livello di istruzione attuale, sulla tipologia dei veicoli posseduti e sul numero di animali domestici possono influire non solo sulla qualità dei dati, ma anche sull'interpretazione dei dati di utilizzo.

Vi auguriamo un'estate piacevole e rilassante come la sensazione di benessere che dona immergersi nei riflessi arancioni di uno splendido tramonto! E vi rivolgiamo un caloroso ringraziamento per la fiducia dimostrata verso il nostro studio e la partecipazione al Mediapulse Media Panel.

Il vostro team Kantar

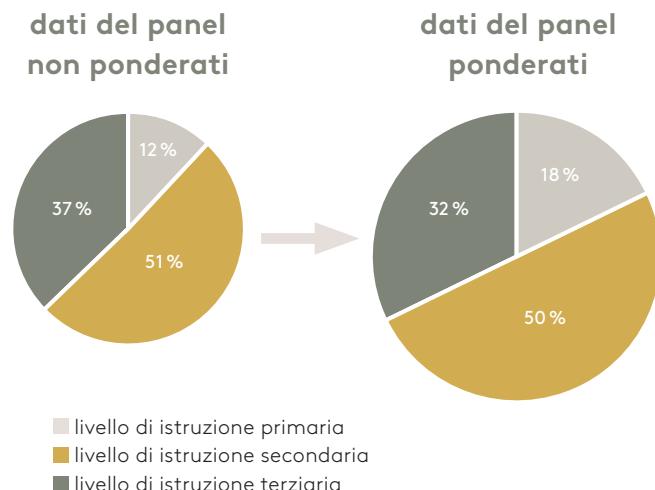


L'ACQUISIZIONE DEI DATI PERSONALI

Per partecipare al Mediapulse Media Panel, dovete fornirci informazioni sul vostro nucleo familiare e sui vostri interessi. Di seguito desideriamo illustrarvi in modo trasparente tre motivi che giustificano il costante aggiornamento dei dati personali e delle informazioni sul dispositivo.

a.) Rappresentatività del panel

Le informazioni demografiche che ci fornite (come età, sesso, ecc.) vengono utilizzate per un confronto diretto con i dati sulla popolazione raccolti dalla Confederazione e mostrano quindi se i partecipanti allo studio rappresentano correttamente la popolazione svizzera. Uno studio è rappresentativo se la composizione dei partecipanti fornisce la rappresentazione della popolazione svizzera. Un buon indicatore di rappresentatività è, ad esempio, il livello di istruzione più elevato conseguito dai singoli partecipanti allo studio. Nella popolazione svizzera, come anche nel nostro panel, il livello di istruzione secondaria è quello maggiormente completato. Per adeguare ai dati della popolazione svizzera i dati del panel raccolti, ci avvaliamo di un metodo di ponderazione statistica.

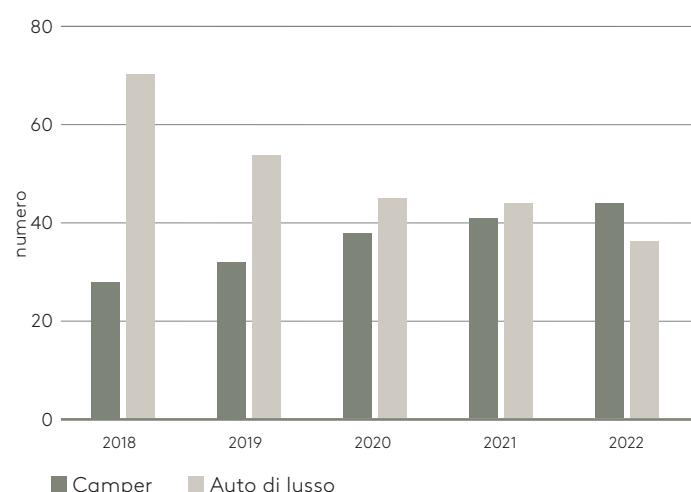


Fonte grafica 1: Mediapulse Online Content Audience Data,
Base: Svizzera, persone 3+ formazione - completata, tutte le piattaforme TV, Overnight+7 (Totale TV). Aggiornamento: Maggio 2023

b.) Distribuzione dei gruppi target e interpretazione dei dati di utilizzo

Per poter interpretare i dati di utilizzo sotto il profilo dei contenuti sono importanti, tra l'altro, le informazioni relative agli interessi sociali. Ciò consente a società mediatiche e pubblicitarie il miglioramento mirato dell'offerta a voi proposta. La categorizzazione dei gruppi target è importante per identificare il potenziale di mercato e per migliorare il marketing. Combinando i dati demografici ai vostri dati personali (come, tra l'altro, gli interessi sociali), si può determinare quale gruppo d'età guarda una certa emittente televisiva in un dato orario, e con quali interessi.

Nel panel risaltano anche i trend: negli ultimi anni è cresciuto l'interesse sociale per le vacanze in campeggio. Il numero di camper nel panel, infatti, è in costante aumento dal 2018, mentre il numero di auto di lusso risulta in calo. In questo contesto, l'interpretazione dell'utilizzo dei media con riferimento ai mutamenti relativi a beni di proprietà e interessi potrebbe fornire nuove conoscenze.



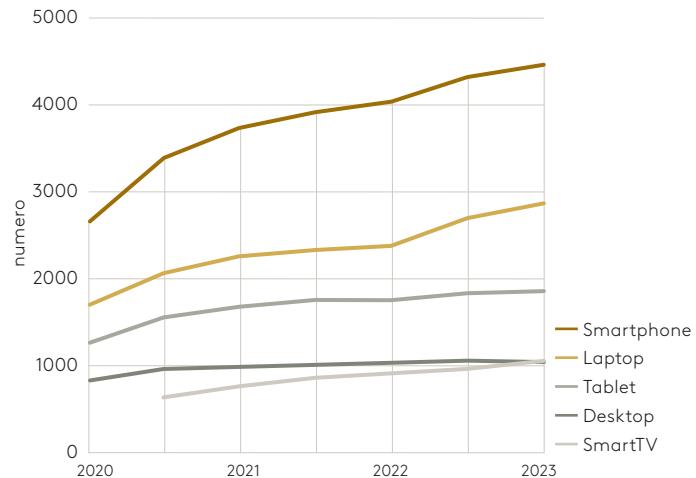
Fonte grafica 2: Mediapulse Online Content Audience Data,
Base: Svizzera, persone 3+, Totale nuclei familiari proprietari di camper risp. auto di lusso, tutte le piattaforme TV, Overnight+7 (Totale TV), 2018-2022

c.) Andamento della distribuzione dei dispositivi

Di tanto in tanto il nostro team del panel vi contatta perché il nostro dispositivo di misurazione online, il Focal Meter, segnala al sistema smartphone, laptop o tablet ecc. ancora sconosciuti. L'uso dei media da parte di dispositivi non assegnati agli utenti va perso ai fini dello studio, compromettendo così la qualità dei dati. Per un'indagine completa sull'utilizzo dei media è quindi importante conoscere sempre la distribuzione attuale dei dispositivi e gli utenti dei rispettivi dispositivi nella vostra famiglia.

Negli ultimi tre anni, il numero di smartphone nel Mediapulse Media Panel è aumentato nettamente. In alcuni casi, tuttavia, non cambia solo il numero, ma il vecchio cellulare viene sostituito con uno nuovo o passa a un nuovo proprietario all'interno del proprio nucleo familiare. Per garantire la corretta acquisizione e analisi dei dati, gli amministratori del panel devono conoscere questo tipo di cambiamenti.

Anche se nel frattempo non si sono verificati cambiamenti nella vostra famiglia, è importante una conferma tramite il sondaggio supplementare o con una telefonata. Vi ringraziamo di sostenerci attivamente nel mantenere aggiornate le vostre informazioni.



Fonte grafica 3: Mediapulse Online Content Audience Data, Base: Svizzera, persone 3+, tutti i dispositivi, tutte le piattaforme TV, 2020–2023. Aggiornamento: Maggio 2023

Per finire, un piccolo regalo all'ambiente: poiché ci sta a cuore, in futuro vorremmo inviarvi la newsletter tramite e-mail. Se, però, desiderate ricevere ancora la nostra newsletter per posta, non esitate a contattarci. Inoltre, nel prossimo futuro prevediamo di offrire i buoni Coop e Migros anche in formato digitale. Vi aggiorneremo non appena avremo ulteriori informazioni.

In caso di domande o altre richieste, non esitate a contattarci. Potete raggiungerci telefonicamente al numero 0800 55 11 22 o tramite e-mail all'indirizzo panel@kantar.ch.

SI PREGA DI RICORDARE!

- › Ricordatevi sempre di registrare tramite il telecomando **tutte** le persone che si trovano nella stanza e guardano la TV, anche se si visiona la trasmissione per un breve periodo.
- › Nel caso andiate in vacanza, premete il **tasto vacanza** sul telecomando e confermate col tasto di conferma. Durante le vacanze, **non** scollegate dalla corrente i vostri dispositivi di misurazione TV e online.
- › Ricordatevi di **comunicarci** eventuali **cambiamenti nel vostro nucleo familiare** relativi alle persone o ai dispositivi (TV, smartphone, laptop, tablet, ecc.). È inoltre importante che ci comunichiate il passaggio di un dispositivo online a un altro membro della famiglia.
- › Quando siete a casa, assicuratevi di essere connessi alla vostra rete WiFi o WLAN con il vostro smartphone/laptop/tablet. Solo così il vostro utilizzo online potrà essere registrato correttamente.

I fortunati vincitori della nostra estrazione estiva:

Organizziamo una grande estrazione due volte all'anno! In ognuna di queste estrazioni, tre fortunati vincitori riceveranno CHF 500.– a testa sotto forma di buoni Coop o Migros.

Congratulazioni alle vincitrici dell'estrazione estiva 2023:

Sandra A., Patricia S. e Fabienne F.

CI PRESENTIAMO



Demime Abduli è stata per tre anni amministratrice del panel presso Kantar, per poi passare al team QC nel 2019. Prima del 2016, ha lavorato come collaboratrice in diverse aziende.

Reto Leibundgut ha iniziato ad operare come Quality Controller presso Kantar nel 2016, una volta terminati gli studi in storia e scienze politiche.

Julia Da Silva è entrata a far parte del team QC nel 2021. In precedenza, ha avuto molti contatti con i partecipanti al panel nel ruolo di amministratrice del panel.

Demime Abduli, Reto Leibundgut e Julia Da Silva; Quality Controller

Quali sono i compiti del team Quality Control?

Il cosiddetto team QC è responsabile di tutti i controlli qualità a cui è sottoposto il panel. I controlli da effettuare quotidianamente sono in tutto 35. Ogni 14 giorni vengono svolte altre otto verifiche di controllo, mentre ulteriori due sono previste con cadenza mensile. Oltre ai controlli periodici, il team QC corregge continuamente i messaggi di errore e smista al personale competente i compiti che ne derivano. A questo scopo si impiegano diversi sistemi e banche dati.

Il team QC fa da mediatore tra gli amministratori del panel, che contattano telefonicamente i partecipanti allo studio, e i tecnici, che sono in contatto diretto con le case partecipanti. Come coordinate la comunicazione tra i due team?

In caso di domande o problemi, siamo il primo punto di contatto per entrambi i team. Raccogliamo le richieste e inoltriamo gli incarichi alla persona responsabile. Per evitare malintesi, formuliamo le istruzioni nel modo più dettagliato possibile e usiamo parole chiave ricorrenti interne all'azienda, in modo che i collaboratori siano informati con efficienza sulla situazione e sappiano al contempo come procedere.

Ogni due anni, i partecipanti allo studio ricevono un sondaggio supplementare per l'aggiornamento dei dati personali. Cosa succede al questionario dopo essere stato restituito compilato a Kantar?

I questionari cartacei ricevuti da Kantar vengono scansionati a macchina. I questionari compilati online, invece, vengono inseriti direttamente nel sistema. Il team QC verifica quindi le eventuali variazioni. Se queste sono plausibili, il team QC effettua gli adeguamenti necessari direttamente nel sistema. Se, invece, in un questionario è indicato erroneamente che, ad esempio, un bambino guida una cabriolet, il team QC inoltra la divergenza per un chiarimento alla competente amministrazione del panel.

Uno studio nazionale così esteso coinvolge enormi quantità di dati. Come riuscite a mantenere una visione globale dei dati e come individuate gli errori nella loro acquisizione?

Lavoriamo con sistemi di codifica e banche dati che consentono l'acquisizione, la gestione e l'analisi dei dati. Grazie a una chiara suddivisione dei compiti all'interno dei team e ai controlli di routine, possiamo garantire un'elevata qualità dei dati. Nelle situazioni critiche, agiamo secondo il principio del doppio controllo. In linea di principio, tuttavia, ogni membro del team ha ampia responsabilità individuale nel garantire costantemente la corretta acquisizione ed elaborazione dei dati.