



PCM Uitgevers doet zelf snel en flexibel online marktonderzoek met innovatieve onderzoekssoftware van SPSS



Situatie

PCM Uitgevers is als één van de grootste uitgeverijen in het Nederlands taalgebied actief als uitgever van dagbladen als Algemeen Dagblad, NRC Handelsblad, Trouw en de Volkskrant, huis-aan-huisbladen, algemene en educatieve boeken en met het aanbieden van elektronische en professionele informatie. Het concern heeft 3.500 medewerkers, die werkzaam zijn op de holdinglocatie in Amsterdam, de twee krantlocaties of binnen de werkmaatschappijen. PCM Uitgevers is het resultaat van het samengaan van Perscombinatie, Meulenhoff & Co en Nederlandse Dagbladunie.

Sinds deze samenvoeging in 1995 is PCM Uitgevers onder meer de uitgever van vier van de vijf landelijke dagbladtitels en vier regionale titels.

Uitdaging

Door de expertise van de drie uitgeverijen te bundelen heeft PCM Uitgevers een vooraanstaande positie binnen het Nederlandse medialandschap weten te veroveren. PCM wil die positie verder versterken door een krachtige, vooruitstrevende ontwikkeling van bestaande titels, fondsen, methoden en nieuwe merken. Een duidelijke visie op de toekomst van gedrukte en elektronische media bepaalt de focus van PCM Uitgevers en het belang dat ze hecht aan gedegen productontwikkeling. Dit belang wordt onderstreept met de aanwezigheid van een eigen marktonderzoeksafdeling, waarbinnen een team van zeven gespecialiseerde marktonderzoekers voortdurend bezig is met het verzamelen van essentiële informatie om de juiste productontwikkeling mogelijk te maken. Het gaat daarbij om gedetailleerde informatie over bijvoorbeeld nieuwe abonnees en kopers of de zogenaamde 'bedankers'.

Om te kunnen werken met een in-house marktonderzoeksafdeling en toch alle vormen van onderzoek te kunnen combineren, heeft PCM Uitgevers gekozen voor een marktonderzoekoplossing van SPSS, waarmee het team zelf online onderzoek kan opzetten en uitvoeren.

Oplossing

Met mrInterview, de oplossing van SPSS voor online enquêteonderzoek, kan PCM op een gebruiksvriendelijke manier kleine en omvangrijke onderzoekstrajecten die via het internet plaatsvinden ontwikkelen, uitvoeren en beheren. Op verzoek van interne opdrachtgevers kunnen de marktonderzoekers van PCM Uitgevers eenvoudig en binnen een kort tijdsbestek online onderzoeken opzetten en het project

[P^c M]
uitgevers

"Waar we voorheen veel van de data uit schriftelijke enquêtes individueel moesten verwerken en analyseren, hebben we nu binnen een week al inzicht in de resultaten van ons onderzoek."

Hans Elzinga, hoofd Marktonderzoek bij PCM Uitgevers.

PCM Uitgevers, *vervolg*

volledig via het internet beheren, waarbij ze de flexibiliteit hebben om met kleine en grote datavolumes te werken.

Omdat PCM Uitgevers al lange tijd naar tevredenheid werkte met SPSS tools voor meer traditionele manieren van marktonderzoek, vormde de online oplossing een passende aanvulling op de ICT-omgeving van de onderzoeksafdeling. "De goede contacten die we altijd met SPSS gehad hebben maken SPSS tot een zeer betrouwbare partner wanneer het gaat om de automatisering van onze onderzoekstrajecten en de keuze voor hun online onderzoeksinstrumenten was dan ook een vanzelfsprekende voor ons", aldus Hans Elzinga, hoofd Marktonderzoek bij PCM Uitgevers.



Resultaat

- Binnen een week kunnen resultaten van online onderzoek gerapporteerd worden dankzij real-time verwerking van data;
- Marktonderzoekers kunnen zelf alle door hun gewenste informatie verkrijgen, zonder afhankelijk te zijn van de IT-afdeling of een extern marktonderzoeksbureau;
- Service aan interne klanten wordt verbeterd dankzij flexibiliteit om snel aan ad hoc verzoeken te voldoen.

Real-time verwerking van data

De SPSS technologie maakt het mogelijk om op elk gewenst moment een online onderzoek in te zetten, doordat ontwerp en uitvoering snel en eenvoudig zelf gerealiseerd kunnen worden. Vragenlijsten worden middels een web-gebaseerde tool stap voor stap aangemaakt en op basis van de bekende template Microsoft Frontpage krijgen ze een aantrekkelijk presentatie-formaat, wat de respons ten goede komt. De onderzoekers van PCM Uitgevers activeren de vragenlijst vervolgens met een muisklik, zodat die onmiddellijk via het internet beschikbaar is. De respondenten die gemaild worden met de uitnodiging om de vragenlijst in te vullen kunnen dit direct doen en de data die zij ingeven komt automatisch in de SPSS software terecht voor verwerking en rapportage.

Marktonderzoekers kunnen veel flexibeler onderzoek doen

"Wij zijn als uitgever uniek met een toegewijde marktonderzoeksafdeling waar maar liefst zeven specialisten werken", aldus Hans El-

zinga. "Waar onze concurrenten voor de uitvoering van online onderzoeken nog dikwijls een beroep moeten doen op gespecialiseerde marktonderzoekbureaus kunnen wij ook dit deel van het traject eenvoudig zelf uitvoeren, waardoor we veel kosten besparen en onze afdeling veel flexibeler inzetbaar is." De dynamiek en de effectiviteit van het marktonderzoek bij PCM Uitgevers is dan ook alleen maar toegenomen, omdat de marketingafdeling veel gericht en sneller kan inspelen op trends in de markt door deze te toetsen middels klantonderzoek.

De interne klant krijgt optimale service

Omdat de uitgeverijwereld onderhevig is aan grote veranderingen, waarbij het internet een allesbepalende plaats inneemt in het binden van klanten, zijn de marketing- en salesafdelingen van PCM Uitgevers voortdurend op zoek naar de meest actuele marktgegevens. De rol van de onderzoeksafdeling verschuift daarmee omdat het team steeds meer ad hoc aanvragen krijgt, waar onmiddellijke beschikbaarheid van marktinformatie gewenst is. Door de openheid van mrInterview zijn kleine onderzoeken eenvoudig en snel op te zetten, zodat de marktonderzoekers maximale toegevoegde waarde hebben voor de marketing- en verkooporganisatie van PCM.

Toekomst van marktonderzoek

PCM Uitgevers beschouwt het internet als hét medium dat marktonderzoek gaat faciliteren en verrijken in de komende tijd. Een groot deel van de primaire doelgroepen van PCM is dagelijks online te vinden en het web is een steeds belangrijker kanaal om te verkopen en additionele diensten, zoals online kranten, aan de bieden. Bovendien is het internet een razendsnel kanaal om informatie te verzamelen, blijkt uit de ervaring van de PCM marktonderzoekers. "Op online enquêtes die we ad hoc inzetten binnen onze abonneepanelen bereiken we gemiddeld zo'n 80% respons, veel meer dan bij traditionele papieren surveys. De drempelverlagende factor is meetbaar aanwezig, wanneer we onderzoek via het internet laten verlopen", aldus Elzinga. mrInterview biedt, dankzij de openheid van de software, diverse mogelijkheden om onderzoek via nieuwe media uit te breiden. Zo kan PCM Uitgevers in een later stadium ook kanalen als I-Mode en SMS inzetten binnen marktonderzoekstrajecten, zonder daarvoor een nieuwe onderzoekoplossing aan te hoeven schaffen.





SPSS Benelux bv

Postbus 115, 4200 AC Gorinchem
Avelingen West 80, 4202 MV Gorinchem
Telefoon : 0183 651 777
Fax : 0183 651 700
Email : info@spss.nl
Internet : www.spss.nl

