

Les panels communautaires : la solution quali et quanti qui a le vent en poupe !

Après vous avoir présenté par le passé les panels dédiés et les communautés online, nous vous présentons aujourd'hui un éclairage sur les panels communautaires.

Un **panel communautaire** est une solution hybride mêlant les avantages du panel dédié - à vocation plutôt quantitative - et ceux de la communauté online - plutôt qualitative.

Il rassemble au sein d'une même plateforme des répondants pré-sélectionnés pour répondre à des enquêtes quantitatives ET qualitatives. Via une interface en ligne, ils peuvent s'exprimer et interagir entre eux et/ou avec le commanditaire en bénéficiant d'outils inspirés du web et des réseaux sociaux (voter, commenter, chatter, partager un commentaire...).

Un panel communautaire comprend de quelques centaines à plusieurs milliers de répondants avec une durée d'engagement minimale de 6 mois, même si l'objectif est de le faire durer dans le temps.

Très prisés dans les pays anglosaxons, les panels communautaires se développent fortement dorénavant en Europe, notamment dans la quête d'insight consommateurs, de mesure continue des usages et attitudes, de l'expérience clients, du test de nouveaux concepts et produits, ou encore de génération d'idées.

Comme confirmé récemment au dernier congrès Esomar à Nice, les panels communautaires ont le vent en poupe car ils permettent:

- de mixer quali et quanti: via des interfaces inspirées du web collaboratif (forum, chat, blogs...) et outils d'enquêtes online en do-it-yourself ou en passant par l'institut pour les projets plus complexes on ou offline
- de créer un lien avec les membres de la communauté, en recueillant leurs avis sur des thématiques qui les concernent et en les laissant interagir entre eux, postant des commentaires, des photos, des scènes de vie...
- de gagner en réactivité, avec des membres pré-sélectionnés et réactifs
- d'optimiser ses dépenses études en disposant d'un vivier de répondants pré-qualifiés et disponibles

Mais les panels communautaires permettent également, s'ils sont adossés à une interface pertinente, d'aller plus loin grâce aux avancées technologiques et un back-office de premier ordre :

- compatibilité du recueil sur PC mais aussi via tablette et mobile, pour des remontées à chaque instant, au moment même de l'expérience
- suivi longitudinal des contributions par répondant : détection de tendances au sein de groupes d'individus, exploration historique et approfondie des résultats
- association des données déclarées avec des données effectives: mesure passive du comportement de surf, d'exposition publicitaire réelle online, enrichissement par des données réelles de consommation à partir de données fichiers - type carte de fidélité (panier de dépenses, magasins fréquentés...) - pouvant donner lieu à des enquêtes ciblées et en temps réel.

Harris Interactive, présent sur ce segment depuis de nombreuses années, propose une offre comprenant l'interface communautaire front et back-office, les outils quali et quanti nécessaires à vos études et l'accompagnement pour lancer vous-même votre panel communautaire. Et en option, des services et expertises si vous souhaitez nous confier tout ou partie de la gestion de votre panel et des études associées.

Pour en savoir plus, contactez-nous : info@harrisinteractive.fr ou 01 44 87 60 30