

e.boss

Sampling-Methoden



Sampling-Methoden

Bei der Rekrutierung von Befragungsteilnehmern auf Websites kann das e.boss-Stichprobenmodul je nach Anforderung für verschiedene Sampling-Methoden konfiguriert werden:

n-th Methode, Realtime-Sampling und Aftersession-Sampling.

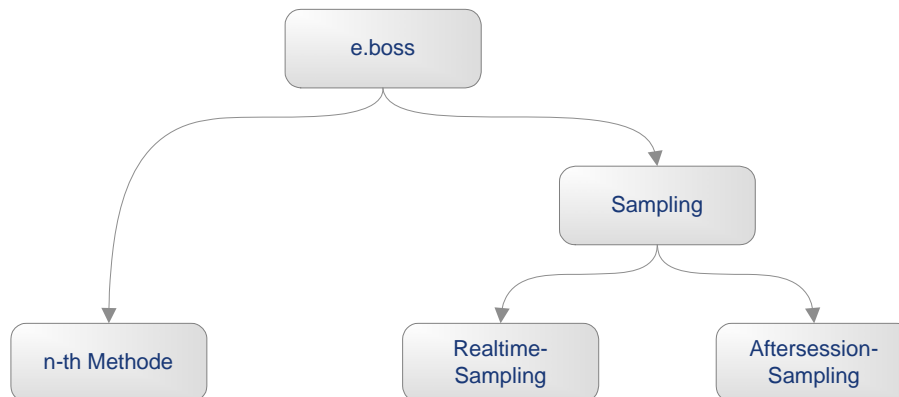


Abb. 1: Übersicht Sampling-Methoden

In diesem Dokument werden die unterschiedlichen Verfahren vorgestellt und ihre Grundfunktionalitäten miteinander verglichen.

n-th Methode

Jeder Besucher der Website wird vom e.boss-System mit Hilfe eines **Cookies** markiert und somit zu einem eindeutig identifizierbaren Client gemacht. So kann ausgeschlossen werden, dass ein Client mehrfach eingeladen wird.

Bei der n-th Methode wird jedem Client, der in der definierten **Frequenz** liegt, eine Befragungseinladung ausgeliefert. Diese Frequenz kann beliebig definiert und auch zur Laufzeit jederzeit angepasst werden. Die Überprüfung, ob ein Besucher beim Aufruf einer Seite in der Frequenz liegt, kann nach drei unterschiedlichen Methoden durchgeführt werden:

nPI	Überprüfung bei jedem Seitenaufruf (Page Impression)
nVISIT	Überprüfung bei jedem Besuch der Website (Visit)
nCLIENT	Überprüfung nur einmal pro Besucher (Client)

Bei der Rekrutierung mit der **nCLIENT**-Methode bekommt jeder Teilnehmer nur einmal die Chance eine Einladung zu bekommen. Dadurch wird sichergestellt, dass die Rekrutierung unabhängig von der Nutzungsfrequenz des Besuchers stattfindet.

Realtime-Sampling

Bei dem Realtime Sampling werden die Clients bei dem Aufruf einer Seite in Abhängigkeit von einer Frequenz einem **Sample** zugewiesen. Da die Zuweisung zu dem Sample on-the-fly durchgeführt wird, findet die Auslieferung der Befragungseinladung wie bei der n-th Methode direkt statt.

Zusätzlich zu den Möglichkeiten der n-th Methode bietet diese Sampling-Technik noch die Option, Clients wiederholt einzuladen, so dass eine höhere Ausschöpfung erreicht werden kann. Die maximale Anzahl der Einladungen wird als **Frequency Capping** bezeichnet und ist frei konfigurierbar. Sobald ein Teilnehmer ein erfolgreiches Interview durchgeführt hat, wird er für weitere Einladungen über ein **Success-Cookie** gesperrt. Diese Sperrung kann auch durch einen „Nie teilnehmen“-Button auf der Befragungseinladung erfolgen.

Die Wiedervorlage des Einladungs-Layers ist vergleichbar mit den Abläufen bei CATI-Befragungen und führt zu einer Erhöhung der Ausschöpfung. Die Ausschöpfung ist ein Qualitätsmerkmal und entscheidend für die Repräsentanz der Stichprobe.

After-session-Sampling

Bei der After-session Methode wird ein **Sample** im Gegensatz zum Realtime Sampling erst im Nachgang gezogen. Dafür werden die Clients über einen definierten Zeitraum auf der Website gemessen um eine Grundgesamtheit zu definieren. Aus der Grundgesamtheit wird dann unter bestimmten **Kriterien** (z.B. Anzahl Visits, besuchte Seiten, ...) ein Sample gezogen.

Die Teilnehmer des Samples werden wie beim Realtime-Sampling über das **Frequency-Capping** wiederholt eingeladen. Bei dieser Methode ist zu beachten, dass nur Wiederkehrer (Returning Clients) eine Befragungseinladung bekommen können.

Vergleich der Sampling-Methoden

Für den Einsatz von e.boss kann je nach Anforderungen auf eine dieser drei Methoden zurückgegriffen werden. Die folgende Tabelle zeigt die drei Methoden im direkten Vergleich:

	n-th Methode	Realtime Sampling	After-Session Sampling
Cookie-Steuerung	✓	✓	✓
Frequenz-Steuerung (nPI/ nVisit/ nClient)	✓	✓	-
Realtime Rekrutierung	✓	✓	-
Frequency Capping	-	✓	✓
Sampling-Kriterien	-	-	✓

Kontakt

Natürlich stehen wir Ihnen bei der Wahl der richtigen Sampling-Methode gerne beratend zur Seite. Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung und setzen Sie auch bei quantitativen Befragungen auf die höchstmögliche Qualität.

Interrogare GmbH
Daniel Rieber
Meisenstraße 96
D – 33607 Bielefeld
Fon +49 (0) 521 / 2997-336
daniel.riber@interrogare.de
www.interrogare.de