



# De zes bureaus

De zes bureaus die nu – als eersten – over een certificering voor de MOA Kwaliteitsnorm Digital Analytics beschikken, zijn Blauw Research (Rotterdam), CMNTY (Eindhoven), Ionmoon (Hengelo), Motivaction (Amsterdam), TNS Nipo (Amsterdam) en Wakoopa (Amsterdam). Aan hen werd de vraag voorgelegd waarom zij een certificaat wilden behalen en wat dat voor hen betekent.

## Blauw Research

‘Al in 2009 maakte Blauw Research voor onderzoek gebruik van het authentieke enthousiasme dat gedeeld wordt in openbare sociale media. Sindsdien hebben wij vele merken, campagnes en thema’s gevolgd en eventuelevaluaties mogen uitvoeren voor klanten als ABN AMRO, Heineken, EO, ANWB en Philips. Door onze partnerships met Tracebuzz en Coosto en ruime ervaring met andere tools weten wij voor elk vraagstuk de juiste middelen in te zetten en de beste inzichten uit sociale media te halen. De kwaliteitsnorm Digital Analytics is voor ons, naast onze ISO-normeringen, verdere bevestiging dat Blauw innovatie en kwaliteit weet te verenigen.’

## CMNTY

‘Als toeleverancier van community software aan marktonderzoekbureaus, panelbureaus en onderzoeksafdelingen, is het van ons van groot belang dat wij kunnen aantonen dat we voorzichtig omgaan met persoonsgegevens en kritieke data. Met het behalen van het Digital Analytics-certificaat is hiermee een eerste stap gezet en wij pakken direct door met ISO 20252 en ISO 26362. We zijn trots op het rapport dat KCC over ons heeft geschreven. Het laat zien dat we een sterke partner zijn voor onze huidige en toekomstige klanten.’

## Ionmoon

‘Ionmoon is een klein bureau, maar we willen ons onderscheiden door kwaliteit. Daarom vinden we zowel de Digital Analytics certificering als de MOA-kwaliteitsnorm zeer belangrijk. Klanten moeten er op kunnen vertrouwen dat ze met een kwalitatief goed bureau in zee gaan. Digitale analyse is een vrij nieuw vakgebied. Ook voor de branche zelf vinden we het daarom belangrijk dat er standaarden en kwaliteitsnormen zijn en verder doorontwikkeld worden.’

## Motivaction

‘Het inzetten van vragenlijsten is al lang niet meer de enige manier om oplossingen te vinden voor klantvraagstukken. Het internet is een rijke bron van (openbare) informatie: zoek- en klikgedrag van consumenten én hun socialemediagebruik kunnen waardevolle inzichten opleveren. Maar ook data uit neuroscience-onderzoeken en analyse van salesdata zijn belangrijke informatiebronnen. De certificering van Motivaction als een van de eerste bureaus in Nederland geeft het belang hiervan voor ons bureau aan en onderstreept de expertise die wij op dit gebied hebben.’

## TNS Nipo

‘Digital analytics, TNS Nipo doet het al jaren en voor een belangrijk deel past het binnen de natuurlijke ontwikkeling van ons productportfolio. Onze branche is altijd op zoek naar slimmere, betere en efficiëntere manieren om insights voor onze klanten te creëren. Digital analytics draagt hier vaak in combinatie met active measurement sterk aan bij. Het is belangrijk dat de MOA deze uitbreiding van de markt meeneemt in het nieuwe kwaliteitscertificaat. Over een paar jaar vinden we het vast vreemd dat hier een specifiek certificaat voor in het leven is geroepen (digital is the new normal), maar op dit moment zijn we er vooral trots op dat wij tot de kopgroep behoren.’

## Wakoopa

‘Wakoopa is sinds het begin betrokken geweest bij het opstellen van de kwaliteitsnorm voor digital analytics. Omdat de diverse aanbieders vaak van buiten de sector komen, is het van belang om de voor het marktonderzoek geldende normen duidelijk te hebben. ‘Bij de loodgieter lekt het altijd het hardst.’ Dat geldt niet bij Wakoopa. Wij zijn trots dat we in oktober 2013 officieel gecertificeerd zijn. Dat zien we als een bevestiging van onze focus op een goed werkend product. En dat zegt wat over de betrouwbaarheid van onze cijfers. Onze internationale klanten vinden dit een relevante norm en onze certificering doet er ook in het buitenland toe.’ <<