



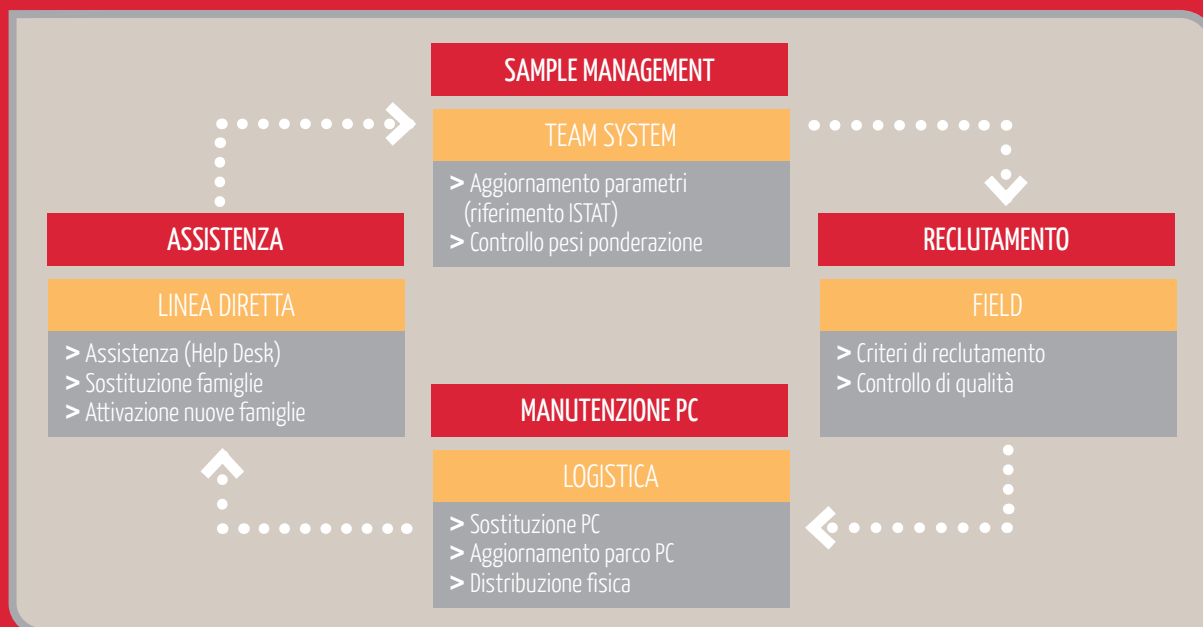
**TELEPANEL È UNA METODOLOGIA ESCLUSIVA DI C.R.A. CHE DA OLTRE 15 ANNI OFFRE ALLE AZIENDE UNO STRUMENTO INFORMATIVO FLESSIBILE, VELOCE E CON INVESTIMENTI CONTENUTI.**



**LE CARATTERISTICHE PRINCIPALI DI TELEPANEL SONO LE SEGUENTI:**

- > Panel consumer rappresentativo della popolazione italiana, costituito da **3.500 famiglie e circa 9.500 individui**. Il campione è bilanciato per caratteristiche socio-demografiche ed è distribuito su oltre 700 comuni italiani.
- > Ogni famiglia si collega con C.R.A. utilizzando un personal computer fornito in comodato d'uso. Il collegamento e la compilazione dei questionari è semplice ed alla portata di tutti. Il sistema prescinde infatti da collegamenti web e dalle competenze tecnologiche dei rispondenti.
- > Ogni venerdì si può inviare un questionario alle famiglie del panel. La compilazione avviene durante il week-end in un momento scelto dagli intervistati per garantire la qualità delle risposte. Il lunedì successivo è dedicato alla raccolta dati ed eventuali recuperi di collaborazione.

TELEPANEL UTILIZZA RISORSE DEDICATE E APPLICA RIGOROSE PROCEDURE DI CONTROLLO PER MANTENERE LA RAPPRESENTATIVITÀ DEL CAMPIONE, GARANTIRE LA COLLABORAZIONE DELLE FAMIGLIE E VERIFICARE LA QUALITÀ DELLE RISPOSTE.



TELEPANEL È IDEALE PER EFFETTUARE MONITORAGGI E RICERCHE AD-HOC DI QUALSIASI TIPO ED OFFRE UNA SERIE DI VANTAGGI ED UTILIZZI SPECIFICI:

- > Le informazioni di una indagine sono disponibili in **tempi brevissimi**.
- > L'impianto consolidato e la collaborazione diretta degli intervistati rende Telepanel estremamente **competitivo sui costi** e utilizzabile con diverse opzioni campionarie, in base alle necessità delle aziende.
- > E' possibile inviare **immagini** e brevi filmati, permettendo l'utilizzo di una ampia gamma di stimoli per gli intervistati e quindi favorendo la versatilità delle informazioni raccolte.
- > La lettura dei questionari avviene su schermi pc con **ottima risoluzione e visibilità**, in modo da agevolare la compilazione e la lettura, la **visualizzazione** delle immagini, la gestione della rilevazione in forma grafica.
- > I rispondenti rimangono per lo più gli stessi e quindi si realizzano facilmente analisi longitudinali nel tempo ma anche **"diari" di comportamento / acquisto**.
- > Ogni rispondente dispone a priori di un esteso **profilo socio-demografico / comportamentale** di base, costantemente aggiornato.
- > E' possibile intervistare anche il target **bambini 6/13 anni** (con la collaborazione di un adulto e con questionari grafici opportunamente predisposti).
- > La relazione costante con i partecipanti al panel permette indagini su **argomenti particolari** (ad esempio i temi della salute, le opinioni più "private", lo status economico/finanziario).
- > Si possono effettuare registrazioni accurate di informazioni sulla **presenza di prodotti in casa** ma anche di documentazioni scritte / moduli (ad esempio bollette, estratti-conto).