

# Markkinatutkimusliiton laatuprojekti

ISO20252 Laatustandardi



Pitää tärkeänä, että  
vastaajien tiedot ja  
henkilöllisyys ovat  
luottamuksellisia  
eikä tutkimustoimisto  
saa luovuttaa niitä ilman  
lupaa tutkimuksen  
tilanneelle yritykselle.

On kokemuksia siitä,  
että markkina- ja  
mielipidetutkimuksen  
varjolla on yritetty  
myydä jotakin



## Mikä on mielestäsi parasta osallistumisessa markkina- ja mielipidetutkimuksiin?

29 %  
Mahdollisuus  
vaikuttaa

17%  
Saa sanoa oman  
mielipiteen /  
antaa  
palautetta

7%  
Asioiden/  
palveluiden  
parantaminen/  
kehittäminen/  
muuttaminen

15 %  
Arvonta /  
palkinnot

6 %  
Mukava vastaila  
/ ajankulua

5 %  
Pistää  
miettimään  
asioita / antaa  
ajattelemisen  
aihetta

4 %  
Mielenkiintoiset/  
kiinnostavat  
kysymykset



## Mikä markkina- ja mielipidetutkimuksissa ärsyttää sinua eniten?

25 %

Pituus / liian  
paljon kysymyksiä

13 %

Toisto /  
samanlaiset  
kysymykset/  
kyselyt

10 %

Huonosti  
laaditut/vaikeat  
kysymykset

8 %

Typerät/turhat  
kysymykset/  
tutkimukset

8 %

Vastausvaihto-  
ehtojen suppeus/  
mahdottomuus/  
sopimattomuus

4 %

Aihealue ei  
kiinnosta/ei tiedä  
aiheesta/ei koske  
minua

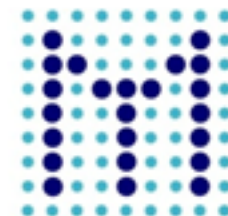
11 %

Ei mikään



Tutkimusten  
ostajista on kuullut  
SMTL:n ISO 20252  
laatustandardi-  
hankkeesta

Tutkimusten  
ostajista pitää  
SMTL:n  
laatustandardi-  
hanketta tärkeänä



# Hyödyt sertifioidusta tutkimustoiminnasta

- Eettisesti kestävä toiminta tulevaisuuden vastaajia ja ostajia kohtaan
- Laadukkaat tutkimusprosessit, jotka varmistavat tutkimusten luotettavuuden paremman päätöksenteon pohjaksi
- Varmuus tutkimuksen laadusta ja luotettavuudesta
- Tutkimusten läpinäkyvyys
- Helpommin yhteismitalliset tutkimukset eri markkinoiden välillä



# Tulevaisuuden standardi

- Kaikki markkinatutkimusalalla tosissaan toimivat yritykset sertifioivat toimintansa
- Markkinatutkimusten ostajille sertifikoinnista tulee osaamisen rinnalla tärkeä peruste partnerin valinnassa (vrt. julkinen sektori)
- Markkina ja -mielipidetutkimusten vastaajien luottamuksen säilyttäminen
- Kaikki ostajat tietävät standardin hyödyt ja pitävät standardia merkinä siitä, että tutkimusyritys on vahvasti sitoutunut alan tavoitteisiin

