



marketing  
management  
S.R.L.



Com'è noto il CATI basa la sua forza in Italia sulla presenza del telefono nel 90% delle famiglie; questa copertura pressochè totale della popolazione è stata, però, accompagnata da una profonda modifica della distribuzione di tale accesso alle famiglie: quelle accessibili dal "fisso" sono diminuite fino al 71%, mentre sono in continuo aumento quelle con possesso esclusivo di telefoni cellulari (attualmente circa il 25%).

Il sistema CAWI si è sviluppato in seguito al boom di Internet che ha cambiato modalità e paradigmi della comunicazione. In Italia la rete ha raggiunto circa il 58% delle famiglie.

Il differente grado di penetrazione e reperibilità dei due canali sono stati oggetto di studio e sono apparsi così speculari da rendere l'integrazione fra i due sistemi equilibrata.

Dalla sperimentazione di Marketing Management è nato **Balance**, una metodologia basata sulla combinazione di interviste CATI e CAWI con campioni adeguatamente bilanciati al fine di potenziarne la rappresentatività.

Dal confronto fra i due campioni l'applicazione di Balance ha messo in luce come il CATI presenti quote più alte in corrispondenza delle fasce di reddito più basse della popolazione. Mentre le interviste CAWI presentano una durata media superiore di 3' e la presenza di un 4% di casi di compilazione con accessi ripetuti in più giorni. Se è vero che le condizioni di partecipazione alla ricerca e le risposte appaiono meno spontanee e documentate è pur vero che il campione rilevato in Internet è risultato più colto ed agiato economicamente, e quindi più dinamico e con una maggiore conoscenza del territorio, rispetto al campione rilevato telefonicamente. Tali diversità, peraltro prevedibili, evidenziano ulteriormente il fatto che il sistema di rilevazione è una variabile non trascurabile nel processo di costruzione ed analisi dei dati.

La tecnica di ponderazione utilizzata con Balance, viene di volta in volta tarata studiando le caratteristiche dei campioni ottenibili con due sistemi di rilevazione (CATI e CAWI), attraverso un'attenta sperimentazione è stato individuato l'algoritmo che consente di utilizzare al meglio. Tra l'altro, sebbene nella pratica professionale siano spesso considerati alternativi, in realtà ciascun sistema presenta specifiche limitazioni e margini di errore variabili che meritano attenzione.

Questa combinazione dei due sistemi rappresenta al meglio la popolazione di riferimento dell'indagine ma comporta una maggiore complessità, e quindi un maggior costo, che risultano in gran parte controbilanciati dalla possibilità di ridurre il campione a parità di buona rappresentatività.