



# ESOMAR 28

Odpoředi na 28 otázek,  
které mají pomoci zadavatelům  
on-line výzkumů

NOBODY'S UNPREDICTABLE



Hlavním cílem dokumentu “ESOMAR 28” je podpořit povědomí o klíčových procesech online sběru dat u zadavatelů výzkumu při jejich rozhodování, zda je online sběr dat vhodný pro jejich účely. Jinými slovy: cílem je zajistit, aby zadavatelé online výzkumu dostali výsledky, které budou odpovídat jejich očekávání. Otázky jsou koncipovány a uvedeny v konzistentní terminologii tak, aby poskytovatelé mohli uvést, jak dodržují kvalitu a aby „kupující“ byli schopni porovnat služby různých dodavatelů.

Tento nový dokument nahrazuje původní „ESOMAR 26“. ESOMAR aktualizoval text v souladu s vývojem nových metodologických technologií. Některé otázky zůstávají stejné. Nově jsou doplněné otázky, které souvisí s novými metodologickými technologiemi. Revize otázek přináší také pohled na trend ve výzkumu jak využít více zdrojů pro získání cílového vzorku, než s použitím pouze jednoho panelu.

# VE STRUČNOSTI O SPOLEČNOSTI

Agentura byla založena v roce 1992 v České Republice pod názvem Tambor. V roce 2007 se společnost Tambor spojila s mezinárodní agenturou pro výzkum trhu Ipsos.

V roce 2011 došlo ke spojení s výzkumnou sítí Synovate, díky tomuto spojení Ipsos posílil svoji pozici a rozšířil portfolio svých produktů a výzkumných řešení.

Ipsos je druhou největší výzkumnou agenturou v České republice a třetí největší výzkumnou agenturou na Slovensku z hlediska dosaženého ročního obrátu. Ipsos disponuje širokou paletou výzkumných nástrojů a vysoce profesionálním a odborným zkušeným týmem. V současné době má Ipsos CZ a SK 150 zaměstnanců a realizuje a koordinuje výzkumy nejenom na lokální, ale i na mezinárodní úrovni.

## 1. JAKÉ ZKUŠENOSTI MÁ VAŠE SPOLEČNOST V OBLASTI POSKYTOVÁNÍ ON-LINE SBĚRU DAT?

V roce 2009 Ipsos CZ & SK začal budovat on-line panel respondentů (Ipsos CASI panel) a tím tak rozšířil portfolio klasických typů sběru dat jako je PAPI, CAPI a CATI.

Panel je využíván nejenom pro výzkumy Ipsos klientů, ale je nabízen i jiným agenturám, a to i na mezinárodní úrovni. Respondenti v panelu nejsou využíváni k direkt marketingu.

Ipsos dodržuje standardy v souladu se zákonem na Ochranu osobních údajů a zásadami anonymity respondentů. Každý projekt má své identifikační číslo, aby nedošlo k prozrazení klienta a tématu výzkumu.

Velikost panelu i počty realizovaných dotazníků v České republice se meziročně zvyšují, za loňský rok bylo registrováno více jak 320 000 dotazníků realizovaných na našem panelu. Ipsos CASI panel má 62 000 registrovaných členů, z toho je 25 000 aktivních členů. Míra response rate v Ipsos panelu je kolem 85 %. To jsou na Českou republiku s 10 mil. obyvatel velmi slušná čísla.

# ZDROJE K ZÍSKÁVÁNÍ RESPONDENTŮ & REKRUTACE

**2. PROSÍM POPIŠTE A VYSVĚTLETE, ZE KTERÝCH ZDROJŮ ZÍSKÁVÁTE RESPONDENTY? JSOU TO DATABÁZE? AKTIVNĚ SPRÁVOVANÉ VÝZKUMNÉ PANELE? SEZNAMY URČENÉ PRO DIREKT MARKETING? SOCIÁLNÍ SÍŤ? WEB?**

V loňském roce se pouze v České republice sebralo 850 000 dotazníků napříč všemi offline metodami sběru dat (PAPI, CATI, CAPI, CLT, FG). K tomu používáme v naší tazatelské síti 200 vyškolených tazatelů s notebooky, 150 tabletů a více než 170 telefonních tazatelů, včetně skupinových diskuzí a CLT. Ve všech těchto metodách nabízíme spolupráci v on-line panelu inzercí webové stránky panelu <https://casicz.ipsos.cz>. Na této stránce se každý může seznámit s typy spolupráce, podmínkami členství, způsobem odměňování a může se ihned, v případě zájmu, zaregistrovat.

Tazatelská síť je zajištěna napříč celou Českou republikou, a proto dokážeme pokrýt široké spektrum osob ze všech socio-demografických skupin. Díky off-line rekrutaci z jiných výzkumů panel nabízí reprezentativní zastoupení obyvatel ČR.

Hlavními zdroji pro získávání respondentů do panelu je offline rekrutace a snowball.

# ZDROJE K ZÍSKÁVÁNÍ RESPONDENTŮ & REKRUTACE

**3. POKUD ZÍSKÁVÁTE CÍLOVÝ VZOREK Z VÍCE PANELOVÝCH ZDROJŮ: JAK JSOU POTOM CÍLOVÉ VZORKY Z RŮZNÝCH ZDROJŮ PROPOJENY DOHROMADY, ABY BYLA DODRŽENA VALIDITA KONEČNÉHO CÍLOVÉHO VZORKU? JE CÍLOVÁ SKUPINA SPOLEHLIVÁ, KDYŽ JI ZNOVU OSLOVÍTE V TOMTO SLOŽENÍ? JAK PRACUJETE S DUPLIKACEMI RESPONDENTŮ?**

Při vstupu do panelu je každý povinen vyplnit rozsáhlý vstupní dotazník. Vedle základních osobních údajů obsahuje i dotaz na telefonní číslo a bankovní spojení, na které vyplácíme respondentům finanční odměny. Díky znalosti těchto údajů, především bankovního účtu, pravidelně kontrolujeme možné duplicity a vyřazujeme možné podvodníky. Před zahájením spolupráce s respondentem telefonicky ověřujeme správnost údajů ve vstupním dotazníku vůči realitě.

# ZDROJE K ZÍSKÁVÁNÍ RESPONDENTŮ & REKRUTACE

## 4. JE VÁŠ PANEL VYUŽÍVÁN POUZE PRO ÚČELY VÝZKUMU TRHU?

Ipsos CASI panel slouží pouze pro výzkum trhu, žádné další aktivity na něm nejsou prováděny.

## 5. JAK DO PANELU ZÍSKÁVÁTE SKUPINY, KTERÉ JSOU OBTÍŽNĚ DOSAŽITELNÉ NA INTERNETU?

Díky off-line rekrutaci respondentů z jiných typů výzkumů panel nabízí reprezentativní zastoupení obyvatel České republiky a Slovenské republiky. Například využitím tazatelské sítě, sběru na noteboocích nebo tabletech, využitím telefonického dotazování, skupinových diskuzí a CLT se za loňský rok sebralo 850 000 dotazníků napříč celou Českou republikou. Toto velké množství pokrývá široké spektrum osob ze všech socio-demografických skupin včetně skupin obtížně dosažitelných na internetu. Pokud nějaká cílová skupina přesto chybí, je možné provést speciální rekrutaci u vytipovaných skupin již zařazených v panelu.

# ZDROJE K ZÍSKÁVÁNÍ RESPONDENTŮ & REKRUTACE

**6. POKUD POTŘEBUJETE DOPLNIT VÁŠ CÍLOVÝ VZOREK RESPONDENTŮ NA KONKRÉTNÍM PROJEKTU VZORKEM OD JINÉHO DODAVATELE, JAKÝM ZPŮSOBEM VYBÍRÁTE TYTO PARTNERY PRO DOPLNĚNÍ? UPOZORNÍTE KLIENTA PŘEDEM, ŽE VYUŽIJETE SLUŽEB TŘETÍ STRANY?**

Pro výběry do on-line projektů Ipsos používá výhradně respondenty z vlastní jednotné databáze CASI panelu, kde je nastaven výkonný systém na rozpoznávání duplicit. Duplicity identifikujeme z rozsáhlého vstupního dotazníku, který kromě osobních údajů obsahuje i telefonní číslo a bankovní účet, na který jsou vypláceny finanční odměny.

Pokud je ad hoc požadavek na připojení další databáze, je možné provést kontrolu duplicit přes e-mailovou adresu, cookies či jiné vybrané dostupné prvky.



## 7. JAK POSTUPUJETE, ABYSTE ZÍSKALI REPREZENTATIVNÍ VZOREK CÍLOVÉ POPULACE?

Aplikace určená k řízení a správě CASI panelu pro Českou republiku obsahuje data z Českého statistického úřadu dostupná z posledního sčítání lidu v roce 2011. Z těch počítá nejdříve kvóty pro požadovaný vzorek. Následně dle těchto kvót vyhledá automaticky vhodné respondenty na základě údajů z osobního dotazníku. Mezi kritéria výběru patří: věk, pohlaví, vzdělání, velikost místa bydliště, kraj.

Sběr probíhá ve více fázích, aby případné „dosběry“ pokryly chybějící skupiny.

## 8. POUŽÍVÁTE SURVEY ROUTER = SOFTWARE APLIKACI, KTERÁ VYBÍRÁ RESPONDENTA VHODNÉHO PRO VÝZKUM?

Naše softwarová aplikace na řízení CASI panelu přímo obsahuje survey router. Do databáze jsou zařazeni respondenti, kteří s účastí na výzkumech souhlasí, poskytnou nám osobní údaje pro výběr. Zároveň aplikace využívá celou řadu kontrolních mechanismů, které ověřují věrohodnost uvedených údajů a jejich konzistenci v čase.

**9. POKUD POUŽÍVÁTE SURVEY ROUTER, POPIŠTE PROCES VÝBĚRU RESPONDENTA. JAK SE ROZHODUJETE O VÝBĚRU RESPONDENTŮ PRO NĚJAKÝ KONKRÉTNÍ VÝZKUM? JAKÁ JE PRIORITYNÍ BÁZE PRO PŘÍRAZENÍ RESPONDENTA K VÝZKUMU?**

Pro výběry máme stanoven přesný algoritmus. Nejprve vyřadíme respondenty, kteří uvedli nepravdivé údaje, nebo opakovaně nereagují na nabídky spolupráce. Dále systém vybere všechny, kteří splňují výběrová kritéria. Pak je do průzkumu vybráno požadované množství respondentů tak, aby byl splněn standard, který definuje, jak často smí být osoby zařazeny do výzkumů.

**10. POKUD POUŽÍVÁTE SURVEY ROUTER, MÁTE NASTAVENÉ OCHRANNÉ MECHANISMY , KTERÉ ELIMINUJÍ, NEBO ZMÍRNÍ JAKÉKOLIV ODCHYLKY VYPLÝVAJÍCÍ Z AUTOMATIZACE SOFTWAREM? JAKÝM ZPŮSOBEM MĚŘÍTE A ZAZNAMENÁVÁTE ODCHYLKY?**

Naše aplikace eviduje historii účasti jednotlivých respondentů, včetně tematického zaměření jednotlivých výzkumů. Tímto způsobem zajišťujeme, aby respondentovy odpovědi nebyly ovlivněny předchozími výzkumy. Naším systémem garantujeme kvalitnější výběr respondentů, než při pouhém dodržení časových odstupů mezi projekty (periodicity dotazníků), a tím dosahujeme přesnějších a validnějších dat.

## 11. POKUD POUŽÍVÁTE ROUTER, KDO VE VAŠÍ SPOLEČNOSTI NASTAVUJE KONKRÉTNÍ PARAMETRY? JE TO URČENÝ TÝM A NEBO JSOU TO JEDNOTLIVÍ PROJEKTOVÍ MANAŽEŘI?

Aplikace je plně řízena a spravována určeným projektovým manažerem.

System tedy umožňuje jednoduchou volbu pro:

- náhodný výběr respondentů, kteří splňující podmínky na zařazení
- použití stejných nebo obdobných respondentů jako v jiném výzkumu,
- vyloučení respondentů z konkrétního výzkumu, kteří by mohli být ovlivněni.

**12. KTERÁ PROFILOVÁ DATA JSOU UCHOVÁVÁNA O RESPONDENTECH? JAK ČASTO A JAKÝM ZPŮSOBEM JSOU TATO DATA SHROMAŽĎOVÁNA? JAK ČASTO JSOU AKTUALIZOVÁNA? POKUD NEJSOU UCHOVÁVÁNA ŽÁDNÁ PROFILOVÁ DATA O RESPONDETOVI, JAK ČASTO REALIZUJETE PROJEKTY S TAKOVÝM RESPONDENTEM?**

Při vstupu do panelu je každý povinen vyplnit rozsáhlý vstupní dotazník. Celkem se jedná o 150 otázek z následujících oblastí:

- Socio-demografická data
- Finance
- Internet
- Lifestyle
- Profese
- Konzumace
- Nakupování
- Zdravotní stav
- Cestování
- Domácnost
- Děti
- Politika

Kromě vstupního vyplnění údajů každý respondent jedenkrát ročně aktualizuje svůj dotazník. Pokud systém rozpozná odlišnou odpověď mezi osobním dotazníkem a odpovědí respondenta v projektu, upozorní ho na to a nechá jej údaj změnit v jeho osobním dotazníku.

**13. PROSÍM POPIŠTE, JAKÝM ZPŮSOBEM JSOU LIDÉ ZVÁNI DO VÝZKUMŮ? JAKÝ JE ZPŮSOB ODMĚŇOVÁNÍ ZA ÚČAST VE VÝZKUMECH? JAKÉ INFORMACE O PROJEKTU JAKO TAKOVÉM SE RESPONDENTI DOZVÍ? KROMĚ PŘÍMÝCH POZVÁNEK (NEBO PŘES ROUTER) KE KONKRÉTNÍM VÝZKUMŮM, JAKÉ DALŠÍ MOŽNOSTI POZVÁNÍ K VÝZKUMŮM POUŽÍVÁTE?**

Jakmile aplikace pro správu a řízení projektu vybere respondenty dle stanovených kritérií, rozpošle jim e-mailové a SMS upozornění se základními informacemi o projektu a linkem pro vstup do samotného dotazníku. Poté aplikace hlídá, zda každý respondent vyplnil svůj dotazník, případně ho upozorňuje na blížící se konec sběru dat. Pokud ani tak respondent dotazník v nastaveném časovém úseku nevyplní, je nahrazen okamžitě v rámci „dosběru“ dle výběrových kritérií jiným vhodným respondentem.

**14. PROSÍM POPIŠTE, JAKÉ MOTIVACE / ODMĚNY NABÍZÍTE RESPONDENTŮM ZA ÚČAST VE VÝZKUMU? ROZLIŠUJE SE TYP VZORKU RESPONDENTA, DÉLKA DOTAZNÍKU, CHARAKTERISTIKA RESPONDENTA?**

Každý řádně zodpovězený dotazník je honorován finanční odměnou. Ta se odvíjí od délky dotazníku. Kromě této odměny jsou vypisovány pravidelné motivační soutěže pro ty, kteří neprojdou rekručními kritérii.

**15. JAKÉ INFORMACE O PROJEKTU POTŘEBUJETE, ABYSTE DOSÁHLI PŘESNÉHO ODHADU JEHO REALIZOVATELNOSTI PŘI VYUŽITÍ VLASTNÍCH ZDROJŮ?**

Pro určení realizovatelnosti výzkumu potřebujeme specifikaci cílové skupiny, velikost vzorku, penetraci v populaci a přesné kvóty. Vedle těchto požadavků je ve složitějších případech nutno uvádět i délku dotazníku (počet otázek) a dobu sběru dat.

## 16. ZJIŠŤUJETE/MĚŘÍTE SPOKOJENOST RESPONDENTŮ? POSKYTUJETE TUTO INFORMACI KLIENTOVI?

Spokojenost respondentů je pro nás velice důležitá. Vedle webových stránek s obecnými informacemi a FAQ máme i e-mailovou schránku, přes kterou s respondenty komunikujeme. Respondenti se mohou zeptat na jakékoliv téma související s naším panelem (zpětnou vazbu, návrhy na zlepšení, dotazy k výzkumům, připomínky apod.) Dále provádíme jedenkrát ročně výzkum spokojenosti mezi respondenty. Jeho výsledky se zohledňují při diskuzi o dalším vývoji panelu a jeho úpravách.

## 17. JAKÉ INFORMACE POSKYTUJETE KLIENTOVI O PRŮBĚHU VÝZKUMU PO JEHO SKONČENÍ?

Ke každému projektu registrujeme průměrnou délku dotazníku, míru vrácených plnohodnotných odpovědí (response rate), naplnění jednotlivých kvót, míru nedokončených dotazníků (drop out rate) na jednotlivých otázkách atd. Veškeré tyto informace umíme na vyžádání předat klientovi.



**18. KDO JE ZODPOVĚDNÝ ZA KVALITU SBĚRU DAT? JESTLIŽE JSTE TO VY, MÁTE NĚJAKÉ PROCESY, JAK SNÍŽIT NEBO ODSTRANIT NEŽÁDOUCÍ CHOVÁNÍ RESPONDENTŮ JAKO (A) NÁHODNÉ ODPOVĚDI, (B) NELOGICKÉ NEBO NEKONZISTENTNÍ ODPOVĚDI, (C) NADMĚRNÉ POUŽÍVÁNÍ NEJASNÝCH ODPOVĚDÍ NAPŘ. „NEVÍM, NEDOKÁŽU POSOUDIT“, NEBO (D) PŘÍLIŠ RYCHLÉ VYPLNĚNÍ DOTAZNÍKU? PROSÍM POPIŠTE TYTO PROCESY.**

V CASI panelu je využívána celá řada kontrolních mechanismů, které vycházejí z oborových standardů. Kontrolám věnujeme velkou pozornost a vzhledem k velkému objemu dotazníků se snažíme o maximální automatizaci kontrol. Mezi prováděné kontroly patří:

- Telefonická verifikace respondenta a jeho osobních údajů

*Po dvou týdnech operátor z našeho call centra respondentovi zavolá, zeptá se ho na několik otázek z osobního dotazníku a systém ověří, zda se odpovědi shodují.*

- Kontrola duplicit členů panelu

*Přes telefonní číslo a především bankovní účet kontrolujeme a případně vyřazujeme duplicitní členy panelu.*

- Periodicita zařazování do výzkumů, včetně hlídání opakujících se témat výzkumu

*Průměrně každý respondent odpoví na devět výzkumů ročně. Systém kontroluje, aby žádný respondent nebyl zařazen častěji než jedenkrát za 14 dní. V případě, že se jedná o stejné téma, je tato lhůta prodloužena na dva měsíce.*

[pokračování na další straně](#)

- Kontrola délky dotazníků, včetně úseků dotazníků

*Měříme nejen celkovou délku dotazníku, ale i čas strávený na vybraných částech dotazníku (např. baterie, čtení konceptu, zhlédnutí videa apod.). Také měříme průměrnou délku na jedné stránce dotazníku.*

- Kontrola odpovědí z výzkumů vůči osobnímu dotazníku

*V každém výzkumu náhodně dotazujeme jednu otázku z osobního dotazníku a kontrolujeme jejich shodu.*

- Kontroly otevřených otázek

*Při kódování otevřených otázek používáme naši databázi nevhodných slov. Tou kontrolujeme všechny otevřené otázky.*

- Kontrola logických vazeb mezi odpověďmi

*Při programování dotazníku a následné analýze dat se provádí kontrola logických vazeb mezi jednotlivými odpověďmi.*

Automatizace systému nám také zaručuje co největší objektivnost kontrol (vyloučení lidského faktoru).

**19. JAK ČASTO MŮŽE BÝT TEN SAMÝ RESPONDENT KONTAKTOVÁN K ÚČASTI VE VÝZKUMU V URČITÉM ČASOVÉM OBDOBÍ? ODLIŠUJE SE PERIODICITA KONTAKTOVÁNÍ PODLE TYPU ZDROJOVÉHO PANELU?**

Průměrně každý respondent odpoví na devět výzkumů ročně. Systém kontroluje, aby žádný respondent nebyl zařazen častěji než jedenkrát za 14 dní. V případě, že se jedná o stejné téma, je tato lhůta prodloužena na dva měsíce.

**20. JAK ČASTO SE MŮŽE TEN SAMÝ RESPONDENT ZÚČASTNIT VÝZKUMU V URČITÉM ČASOVÉM OBDOBÍ? ODLIŠUJE SE PERIODICITA ÚČASTI PODLE TYPU ZDROJOVÉHO PANELU? JAKÝM ZPŮSOBEM TOTO ŘÍDÍTE V KATEGORIÍCH A / NEBO V ČASOVÉ PERIODĚ?**

Průměrně každý respondent odpoví na devět výzkumů ročně. Systém kontroluje, aby žádný respondent nebyl zařazen častěji než jedenkrát za 14 dní. V případě, že se jedná o stejné téma, je tato lhůta prodloužena na dva měsíce.

**21. EVIDUJETE DATA O AKTIVITĚ VAŠICH RESPONDENTŮ JAKO NAPŘ. HISTORIE ÚČASTI, DATUM ÚČASTI, ZDROJ APOD.) VE VÝZKUMECH? JSTE SCHOPNI DODAT PROJEKTOVÉ ANALÝZY VAŠEMU KLIENTOVI NA TAKOVÉ INDIVIDUÁLNÍ ÚROVNI?**

Aplikace pro management projektu obsahuje databázi respondentů a projektů.

Konkrétně evidujeme následující údaje:

- Číslo projektu
- Data začátku a konce projektu
- Všechny zařazené respondenty včetně stavu odpovědi (response code)
- Délku vyplnění každého dotazníku, průměrnou délku
- Výsledky kontrol a zápis hodnocení respondenta
- Výši odměny včetně zařazení do platebního systému

**22. EXISTUJE PROCES OVĚŘOVÁNÍ IDENTITY RESPONDENTA? EXISTUJE PROCEDURA NA ODHALENÍ PODVÁDĚJÍCÍCH PANELISTŮ? PROSÍM POPIŠTE TYTO PROCESY, JAKÉ MÁTE NASTAVENÉ PŘI REGISTRACI PRO SBĚR DAT A / NEBO PŘI VSTUPU DO VÝZKUMU NEBO ROUTERU. POKUD NABÍZÍTE B2B SBĚR DAT, JAKÉ PROCESY MÁTE NASTAVENÉ ZDE, POKUD NĚJAKÉ...?**

Respondenta a jeho osobní údaje ověřujeme telefonicky. Po dvou týdnech operátor z našeho call centra respondentovi zavolá, zeptá se ho na několik otázek z osobního dotazníku a systém ověří, zda se odpovědi shodují.

Kontrola duplicity členů panelu - kontrolujeme přes telefonní číslo a především bankovní účet, na který zasíláme finanční odměny. Pokud dojde k duplicitě, vyřazujeme manuálně zdvojené členy v panelu.

# ZÁSADY & DODRŽOVÁNÍ PRAVIDEL

## **23. PROSÍM POPIŠTE PROCES, JAKÝM ZPŮSOBEM SEZNAMUJETE RESPONDENTA S JEHO BUDOUCÍ ČINNOSTÍ PŘI VSTUPU DO PANELU?**

Při vstupu do panelu je každý respondent obeznámen s podmínkami účasti a uděluje souhlas se zasíláním výzkumů. V osobním profilu má respondent možnost zadat „dovolenou“, tedy období, kdy mu dotazníky nebudeme zasílat. Kdykoliv také může spolupráci přerušit či zcela ukončit.

## **24. PROSÍM POSKYTNĚTE ZDE ODKAZ NA VAŠE ZÁSADY NA OCHRANU OSOBNÍCH ÚDAJŮ. JAKÝM ZPŮSOBEM JE INFORMACE O OCHRANĚ OSOBNÍCH ÚDAJŮ POSKYTNUTA RESPONDENTŮM?**

Veškerý sběr dat, nakládání s nimi se řídí platnou legislativou České republiky. Společnost Ipsos ČR je registrována u Úřadu na ochranu osobních údajů. Dále splňuje oborové standardy (sdružení SIMAR-český ESOMAR) pro on-line sběr dat, které jsou jedenkrát ročně auditovány nezávislou komisí.

## 25. POPIŠTE POSTUP, JAK ZAJIŠŤUJETE OCHRANU DAT A JEJICH BEZPEČNOST?

### **Řízení aktiv (asset management)**

Údržba hardware a software spadá do kompetence IT oddělení. Část vybavení je umístěno v serverovně v prostorách Na Příkopě, přímo v rámci sídla firmy Ipsos. Další část vybavení je umístěna v datovém centru společnosti GTS.

Hardwarové komponenty jsou obměňovány v pravidelném intervalu tak, aby nebyl dotčen adekvátní výkon potřebný k plynulému provozu všech systémů a aplikací. Software je aktualizován vždy v případě potřeby nebo nutnosti např. z důvodu poklesu bezpečnosti či ukončení oficiální podpory.

### **Bezpečnost provozu (operations security)**

Veškerá systémová data a datová úložiště jsou kompletně zálohována v pravidelném intervalu, zálohy jsou dostupné zpětně za několik období a uloženy na různých místech na několika datových nosičích.

Jako další ochrana používaná na úrovni jednotlivých stanic / serverů je software antivirové ochrany, který je distribuován a aktualizován automaticky pomocí systému Active Directory.

# ZÁSADY & DODRŽOVÁNÍ PRAVIDEL

## **26. JAK POSTUPUJETE V PŘÍPADĚ OCHRANY CITLIVÝCH ÚDAJŮ, NAPŘ. OCHRANA AUDIO, VIDEO NAHRÁVEK, KONCEPTŮ PRODUKTŮ, REKLAMY APOD. V ON-LINE VÝZKUMU?**

Na ochranu citlivých informací používáme metody, které znesnadňují kopírování informací, jako například zobrazení konceptu pouze jedenkrát na omezený počet vteřin či zobrazení konceptu jen při stisknutí více kláves současně. Zároveň informujeme respondenty o tom, že veškerá data poskytnutá v rámci výzkumu jsou důvěrná a že není legálně možné je veřejně šířit.

## **27. MÁTE CERTIFIKÁT SYSTÉMU MANAGEMENTU KVALITY? JESTLIŽE ANO, KTERÝ?**

Ipsos používá interní systém směrnic a pravidel, která jsou v souladu se zákonem a oborovými standardy sdružení SIMAR – český ESOMAR. Tyto standardy a procesy jsou jedenkrát ročně auditovány nezávislou komisí.



## **28. PROVÁDÍTE SAMOSTATNÉ VÝZKUMY S DĚTMI A MLÁDEŽÍ? POKUD ANO, TAK KTERÉ STANDARDY SIMAR (ČESKÝ ESOMAR) K TOMU VYUŽÍVÁTE? JAKÉ DALŠÍ NORMY DODRŽUJETE?**

V souladu s platnou legislativou České republiky provádíme výzkumy samostatně pouze s respondenty staršími 15 let.

V rámci osobního dotazníku evidujeme informace o dětech našich respondentů. Mladší osoby mohou být dotazovány pouze za souhlasu a přítomnosti rodiče či jiného zákonného zástupce.



**Radek Jalůvka**  
General Manager CZ & SK  
radek.jaluvka@ipsos.com  
GSM: +420 603 432 205



**Eva Špačková**  
Senior Account Manager  
eva.spackova@ipsos.com  
GSM: +420 722 594 467



**Jakub Malý**  
Deputy General Manager CZ & SK  
jakub.maly@ipsos.com  
GSM: +420 724 601 236



**Arnošt Janeček**  
Account Director  
arnost.janecek@ipsos.com  
GSM: +420 605 222 795

Pro více informací o možnostech  
IPSOS CZ & SK navštivte stránky  
[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz) nebo [www.ipsos.sk](http://www.ipsos.sk)



Slovanský dům, Na Příkopě 22,  
110 00 Praha 1, +420 226 513 111



Heydukova 12, 811 06 Bratislava,  
+421 252 932 142

[www.ipsos.cz](http://www.ipsos.cz) [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)