

Polityka Jakości Panelu Klub Kantar

Misja Panelu internetowego, w szczególności: podstawowa demograficzna charakterystyka Panelistów, specyfika i tematyka badań realizowanych w Panelu.

Klub Kantar (<https://klubkantar.pl/>) to internetowy, autorski Panel badawczy prowadzony przez Kantar Polska S.A. z siedzibą przy Placu Konesera 9 w Warszawie. Panel Klub Kantar ma charakter uniwersalny i służy do realizacji różnorodnych typów badań rynkowych i społecznych. Naszą misją jest zapewnienie najwyższej jakości danych uzyskiwanych z badań realizowanych na Panelu, z pełnym poszanowaniem prywatności Uczestników Panelu i zachowaniem bezpieczeństwa danych, które Uczestnicy nam powierzają. Dla zapewnienia realizacji tych celów, przeprowadzając badania na Panelu w pełni przestrzegamy standardów określonych przez organizacje branżowe – Europejskie Towarzystwo Badań Opinii i Rynku (ESOMAR, <https://esomar.org/>) oraz Organizację Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR, <https://www.ofbor.pl/>), która jest odpowiedzialna za PKJPA (<https://www.pkjpa.pl/>) – polskie standardy jakości realizacji badań rynku i opinii społecznej. Panel Klub Kantar działa zgodnie z przepisami prawa, w tym w zgodności z RODO.

Panel Klub Kantar służy do realizacji badań na szerokiej populacji i zróżnicowanych grupach docelowych, które można wyróżnić w jej ramach. W ramach Panelu realizowane są także badania na węższych, specyficznych grupach docelowych. W takim przypadku możliwa jest selekcja i segmentacja Uczestników Panelu w zależności od celu i specyfiki badania – np. badania wśród pracowników wskazanej branży, przedsiębiorców, studentów, seniorów, czy wśród konsumentów będących użytkownikami produktów lub usług z określonej kategorii, itp.

Uczestnicy Panelu to osoby, które dobrowolnie zgłosiły chęć udziału w badaniach realizowanych przez Kantar Polska. Panel składa się z ponad 45 000 aktywnych Uczestników (stan na marzec 2026 r.), którzy reprezentują różne grupy demograficzne, społeczne, ekonomiczne i behawioralne. Podstawowa struktura Uczestników Panelu odzwierciedla demograficzną strukturę wszystkich internautów w Polsce i obejmuje osoby w wieku 16 i więcej lat, klasyfikowane pod względem płci, wieku, wykształcenia oraz miejsca zamieszkania, a także zainteresowań, dochodów, preferencji zakupowych, itp. Dla odwzorowania pełnej struktury demograficznej Polaków (tj. nie tylko internautów) dodatkowo stosowana jest rekrutacja celowa – aby zachęcić do uczestnictwa w Panelu osoby ze wszystkich grup demograficznych.

W roku 2025 na Panelu Klub Kantar przeprowadzono ponad 979 badań, a w ich ramach Uczestnicy Panelu odpowiedzieli na pytania z ponad 660 000 ankiet. Panel Klub Kantar charakteryzuje się bardzo wysokim wskaźnikiem udziału w badaniach – średni wskaźnik jest na poziomie 45-50%. Za udział w badaniach Uczestnicy są każdorazowo wynagradzani punktami, które mogą wymienić na gratyfikację finansową, doładowanie telefonu lub karty prezentowe. Dla zapewnienia stabilnej i przejrzystej struktury z Panelu usuwani są Uczestnicy, którzy nie reagują na zaproszenia do ankiet lub wypełniają ankiety w sposób nierzetelny. Za kontrolę w tym zakresie odpowiada dedykowany system komputerowy wspomagany przez osoby, które ze strony realizacyjnej są odpowiedzialne za poszczególne badania.

Aby utrzymać stabilną jakość danych i na bieżąco monitorować kondycję Panelu, wprowadzony został systematyczny przegląd statystyk dotyczących aktywności i zmian w liczbie Panelistów.

Przegląd obejmuje:

- analizę liczby osób, które zrezygnowały z Panelu w danym okresie oraz ocenę, czy tempo rezygnacji rośnie czy spada,
- analizę liczby panelistów usuniętych z powodu naruszeń zasad lub niskiej jakości udziału,
- ocenę aktualnej liczby aktywnych Panelistów i jej zmian w czasie,
- wyliczenie naturalnego przyrostu lub spadku netto aktywnych Panelistów (różnica między nowo dołączającymi, rezygnacjami i usunięciami),
- identyfikację momentów pogorszenia aktywności i wdrażanie działań korygujących, jeśli jest to potrzebne.

Wyniki tej analizy są podstawą do śledzenia kondycji Panelu, wczesnego wykrywania niekorzystnych trendów oraz podejmowania działań poprawiających stabilność i zaangażowanie.

Kanały i metody rekrutacji, specyficzne źródła wykorzystywane do rekrutacji (np. bazy danych), ograniczenia w naborze Panelistów, możliwości udziału obecnych Panelistów w rekrutacji nowych Panelistów (np. polecenie kolejnych osób), zaproszenia do udziału w Panelu dla kandydatów z konkretnej grupy docelowej, itp.

Kantar Polska jako firma badawcza stawia na wysoki poziom wiarygodności i reprezentatywności Panelu badawczego. Dla zbudowania Panelu wysokiej jakości i wyeliminowania niereprezentatywności, która może wynikać z korzystania z jednego typu źródeł rekrutacji, przy tworzeniu Panelu zastosowano zróżnicowany zestaw źródeł i metod rekrutacji. Takie zróżnicowanie pozwala na uniknięcie potencjalnych zniekształceń wynikających z ograniczonego dostępu do populacji

docelowej. Dla realizacji tego celu Panel Klub Kantar w 20% jest rekrutowany offline, co znacząco poprawia jakość danych zbieranych metodą online.

Panel Klub Kantar opiera się na dwóch kanałach rekrutacji Respondentów: rekrutacji telefonicznej CATI oraz rekrutacji online:

- Rekrutacja telefoniczna: polega na zapraszaniu do Panelu osób, które wcześniej wzięły udział w badaniu telefonicznym (CATI) i wyraziły zgodę na kontakt w celu zaproszenia do Panelu. Rekrutacja telefoniczna jest realizowana przez wykwalifikowanych ankieterów, którzy przekazują informacje o Panelu, warunkach uczestnictwa i korzyściach wynikających z przystąpienia do Panelu Klub Kantar. Osoby zainteresowane otrzymują e-mail z linkiem do formularza rejestracyjnego, który muszą wypełnić i potwierdzić, aby dołączyć do Panelu.
- Rekrutacja internetowa: polega na zapraszaniu do Panelu osób, które odwiedziły stronę internetową Klubu Kantar. Strona Panelu zawiera wszystkie niezbędne informacje i umożliwia działania związane ze społecznością Panelistów – na stronie można się zarejestrować, a po zalogowaniu brać udział w badaniach ankietowych, komunikować się z opiekunem Panelu, sprawdzać stan punktów motywacyjnych, itp. Osoby zainteresowane muszą kliknąć na link, który przenosi do formularza rejestracyjnego, który trzeba wypełnić i potwierdzić, aby dołączyć do Klubu Kantar. Strona Panelu jest dostosowana do urządzeń przenośnych, nie ma potrzeby stosowania aplikacji mobilnej.

Panel Klub Kantar składa się z osób, które świadomie wyraziły zgodę na udział w badaniach internetowych poprzez proces rejestracji typu double opt-in. Każdy Respondent jest poddawany dwuetapowej weryfikacji polegającej na sprawdzeniu zgodności danych demograficznych podanych w dwóch różnych momentach. Po pozytywnej weryfikacji (czyli zostania Panelistą), Uczestnik Panelu może być losowany do udziału w badaniach.

Respondent dobrowolnie udostępnia swoje dane demograficzne w kwestionariuszu rekrutacyjnym. Dane te są przechowywane w bazie danych Klubu Kantar. Przy budowaniu Panelu nie są stosowane żadne kryteria wykluczające, np. nikt nie jest odrzucany ze względu na dane demograficzne, itp. Obecnie w ramach Panelu nie są stosowane ani metody probabilistyczne, ani programy polecające (umożliwiające Paneliście zaproszenie do udziału w Panelu innej osoby).

Opisy metod rekrutacji wykorzystanych do pozyskiwania nowych uczestników Panelu są udostępniane zlecniodawcom badań na życzenie.

Procentowy udział Panelu Klub Kantar w całkowitej próbie przekazanej zlecniodawcy zależy od specyfikacji i wymagań każdego badania. W większości przypadków Uczestnicy Panelu Klub Kantar stanowią całą lub większość próby – jeśli zlecniodawca chce skorzystać z wysokiej jakości, reprezentatywnej i wiarygodnej bazy Panelistów. W pozostałych przypadkach Uczestnicy Panelu Klub Kantar mogą stanowić część próby – jeśli zlecający badanie chce uzupełnić lub porównać dane z innymi źródłami, takimi jak bazy własne, bazy partnerskie, bazy publiczne, itp. W takich sytuacjach stosowane są odpowiednie metody harmonizacji i ważenia danych, aby zapewnić spójność i porównywalność wyników. Także przy realizacji specyficznych badań z bardzo niską penetracją występowania zjawiska w populacji konieczne może okazać się skorzystanie z prób zewnętrznych. W takich przypadkach wykorzystywane są alternatywne źródła rekrutacji Respondentów i rekomendowany jest optymalny sposób doboru próby, aby zrealizować założony cel badania. W razie potrzeby gwarantowany jest dostęp do dużej sieci paneli partnerskich rozmieszczonych na całym świecie.

W zależności od celu badania wykorzystywane są również następujące kanały dotarcia do Respondentów:

- bazy klientów: do badania zapraszane są osoby, które korzystają z produktów lub usług zlecniodawcy. Bazy te są udostępniane przez zlecniodawcę badania lub pozyskiwane za jego zgodą. Osoby z takich baz dostają e-mail z zaproszeniem do badania, który zawiera link do ankiety internetowej. Rekrutacja na bazach zlecniodawców pozwala uzyskać opinie od osób, które mają bezpośredni kontakt i doświadczenia z produktami lub usługami będącymi przedmiotem badania, co może poprawić jakość i wiarygodność badania. Ponadto, zapraszanie do badania użytkowników określonych produktów lub usług pozwala na nawiązywanie i utrzymywanie z nimi relacji – z jednoczesnym podkreśleniem, że ich opinia jest dla ważna i ceniona, co może wpłynąć pozytywnie na ich lojalność i zadowolenie.
- ogólnodostępne bazy komercyjne: do badania zapraszane są osoby, które są zarejestrowane w bazach danych oferowanych przez firmy specjalizujące się w gromadzeniu i sprzedaży danych osobowych. Bazy komercyjne są wykorzystywane tylko wtedy, gdy ich uczestnicy wyrazili uprzednio odpowiednie zgody na przetwarzanie danych w celach badawczych. Osoby z baz komercyjnych otrzymują e-mail z zaproszeniem do badania, który zawiera link do ankiety internetowej. Bazy komercyjne dają możliwość dotarcia do dużej liczby potencjalnych Respondentów, którzy mogą być zainteresowani badanym tematem lub mają doświadczenie w temacie będącym przedmiotem badania. Istnieje tu możliwość wykorzystania istniejących danych o profilu i preferencjach Respondentów do trafienia w odpowiednią grupę docelową. Bazy komercyjne dają możliwość szybkiego i łatwego rozsyłania zaproszeń do badania za pomocą e-maila.
- otwarty Internet: ten sposób rekrutacji pozwala dotrzeć do szerokiej i zróżnicowanej grupy Respondentów, którzy mogą reprezentować różne opinie i zachowania. Rekrutacja nie jest tu ograniczona do osób, które są już zapisane do

Panelu Klub Kantar lub zewnętrznych baz danych, celem jest osiągnięcie jak największej próby populacji internetowej. Osoby zrekrutowane z otwartego Internetu muszą spełniać kryteria jakości i są poddawane weryfikacji (poprzez wykrywanie proxy, IP GeoFencing, weryfikację adresu e-mail, cyfrowy odcisków palców) – w ten sposób zapewniana jest wiarygodność i rzetelność badań realizowanych na otwartym Internecie.

Zlecniodawca badania jest każdorazowo informowany o źródle lub źródłach próby.

Panel Klub Kantar w jest Kantar Polska źródłem wyłącznym i zastrzeżonym, jest zaprojektowany i używany tylko do celów badań rynkowych. Dane Uczestników Panelu nie są sprzedawane ani udostępniane osobom trzecim czy firmom współpracującym. W przypadku realizacji badań na bazach otrzymanych od zlecniodawców, mogą być one wykorzystywane przez zlecniodawców do innych celów, ale takie bazy nie są częścią Panelu Klub Kantar.

W Kantar Polska stosowane są dwie metody próbkowania: usługi zarządzane lub samoobsługowe. W przypadku usług zarządzanych personel Klubu Kantar zajmuje się wszystkimi aspektami, tj. ustawieniem, uruchomieniem i nadzorowaniem badania. Jeśli wykorzystywane są źródła zewnętrzne, są połączone z systemami Kantara przez API. Opcja samoobsługowa jest dostępna dla niektórych metodologii Kantara, np. Link Now. To jest pełna, zaawansowana aplikacja, która daje możliwość szybkiego i elastycznego przeprowadzenia badania z zachowaniem wysokiego poziomu jakości.

Zasady i rozwiązania techniczne zapewniające, że każdy Uczestnik Panelu jest osobą realną, tym za kogo się podaje, z wyszczególnieniem postępowania w przypadku Panelistów niepełnoletnich (jeśli są obecni na Panelu).

Podczas rejestracji do Panelu Klub Kantar konieczne jest zaakceptowanie Regulaminu Panelu i Polityki prywatności, które stanowią podstawę umowy uczestnictwa. Weryfikacja danych podawanych w ankiecie rejestracyjnej odbywa się poprzez podanie adresu e-mail i numeru telefonu – dane te muszą być unikalne. Na etapie rejestracji wykorzystywana jest technika podwójnej weryfikacji. Po wstępnej rejestracji, osoba rejestrująca się otrzymuje link weryfikacyjny, w którym musi potwierdzić dane wskazane w ankiecie rejestracyjnej. Poprawne wypełnienie ankiety weryfikacyjnej jest podstawą do aktywacji konta Panelisty. W trakcie rejestracji, a także w przypadku zmiany danych oraz w momencie odbierania nagród przeprowadzana jest weryfikacja SMS na numer telefonu podany w formularzu rejestracyjnym, a podczas odbierania nagród sprawdzana jest spójność podawanych danych.

Aby samodzielnie dołączyć do Klubu Kantar wymagane jest ukończenie 16 lat. Osoby młodsze mogą dołączyć do Klubu Kantar, ale tylko w takim przypadku wymagana jest zgoda rodzica lub opiekuna prawnego. Podczas rejestracji osoby, która nie ukończyła 16 roku życia konieczne jest podanie adresu e-mail rodzica lub opiekuna, na który wysyłana jest prośba o wyrażenie zgody na udział dziecka w Panelu Klub Kantar. Dopiero po zaakceptowaniu regulaminów i wyrażeniu zgody przez rodzica lub opiekuna prawnego osoba, która nie ukończyła 16 roku życia może zostać członkiem Panelu.

W przypadku badań z udziałem dzieci i młodzieży zawsze uzyskiwana jest zgoda rodziców lub opiekunów prawnych na udział w badaniu, osoby te są uprzednio informowane o tematyce badania.

Kantar przywiązuje dużą wagę do jakości danych i Panelu – jako jeden z pierwszych instytutów badawczych wdrożył programy jakości oparte na technologii, i wciąż rozwija i stosuje własne, unikalne narzędzia do kontroli jakości i weryfikacji. Obejmują one szereg „punktów kontrolnych” działających w czasie rzeczywistym, przez które przechodzą nowi Uczestnicy rejestrujący się w Panelu podczas wypełniania ankiety rejestracyjnej, a także podczas przystępowania do nowej ankiety.

Osoby rejestrujące się, które nie przejdą pomyślnie ww. kontroli, nie mogą dołączyć do Panelu, ani brać udziału w ankietach. „Punkty kontrolne” przy wejściu do ankiety weryfikacyjnej i rejestracji obejmują:

- Wykrywanie proxy: wykrywanie serwera proxy używanego do maskowania prawdziwego adresu IP osoby rejestrującej się i wcześniejszych działań niezgodnych z zasadami uczestnictwa.
- IP Check: wskazywanie lokalizacji osoby rejestrującej się w kraju na podstawie adresu IP i określanie uprawnień do rejestracji w oparciu o zasady obowiązujące lokalnie. Sprawdzana jest reputacja IP Respondentów, aby wyeliminować osoby próbujące oszukać system. Blokowane są adresy IP z dark netu, które są znane z podejrzanych lub nielegalnych działań. To sposób na zapobieganie fałszywym lub nieautentycznym wpisom w ramach badań realizowanych na Panelu.
- Weryfikacja adresu e-mail i numeru telefonu: sprawdzanie czy adres e-mail i numer telefonu podany przez Respondenta jest unikalny i czy nie jest używany przez inną osobę. Zamawianie nagród jest potwierdzane SMS-em wysłanym na numer telefonu Respondenta, co jest sposobem na eliminowanie tymczasowych kont e-mail oraz numerów telefonów, które są wykorzystywane przez oszustów i boty. Taka metoda sprawia, że do Panelu trafiają prawdziwi Respondenci.
- Cyfrowy odcisk palca: jest to technologia, która pozwala zidentyfikować i wyeliminować zduplikowane wpisy Respondentów w ramach jednej ankiety lub rejestracji. Polega ona na zbieraniu i porównywaniu unikalnych cech

urządzenia, z którego korzysta Uczestnik badania, takich jak system operacyjny, przeglądarka, rozdzielczość ekranu, itp. W przypadku stwierdzenia, że wpisy (dwa lub więcej) pochodzą z tego samego urządzenia, blokowana jest rejestracja i udział w ankiecie. To sposób na zapobieganie fałszerstwom i manipulacjom danych.

- Pytania kontrolne w ankietach: pytania te mają na celu sprawdzenie poprawności, zaangażowania i uwagi Respondentów. Pytania kontrolne są łatwe i przejrzyste – wymagają odpowiedzi, które są oczywiste lub są podane w instrukcji. Pytania kontrolne mogą być umieszczone na początku, w środku lub na końcu ankiety – w zależności od celu i rodzaju badania. Jeśli Respondent nie odpowie poprawnie na pytanie (lub pytania) kontrolne, może zostać odrzucony z badania lub poproszony o ponowne przeczytanie pytania i udzielenie poprawnej odpowiedzi. Pytania kontrolne pomagają zapewnić wysoką jakość danych i wiarygodność wyników.
- System weryfikacji CAPTCHA: to kod stosowany, by zapewnić bezpieczeństwo i wiarygodność Panelu. Kod należy wpisać podczas rejestracji aby udowodnić, że jest się człowiekiem, a nie robotem. Dzięki temu możliwe jest uniknięcie zakładania fałszywych kont i niepożądanych odpowiedzi.
- Pytania otwarte: zawarte w ankietach pytania otwarte są ważnym elementem weryfikacji realizowanych badań. Kontrola odpowiedzi w takich pytaniach (pod kątem treści nieodpowiednich, niezgodnych z tematem lub niezrozumiałych) pozwala zapewnić wiarygodność i wysoką jakość odpowiedzi. Dodatkowo – dla uniknięcia kopiowania i wklejania odpowiedzi ze schowka, taka możliwość jest zablokowana. Kontrola odpowiedzi w pytaniach otwartych to sposób na identyfikację i eliminację nierzetelnych Panelistów oraz botów lub autoclikerów, którzy próbują oszukać system Panelu.

Weryfikacja tożsamości Uczestnika ankiety odbywa się na poziomie projektu – poprzez:

- Porównanie geo-IP – sprawdzenie czy Uczestnik łączy się z Polski. Jeśli nie, kontynuowanie ankiety nie jest możliwe.
- Porównanie ustawienia urządzenia i lokalizacji geograficznej adresu IP Uczestnika – celem sprawdzenia czy nie ma żadnych nieprawidłowości lub prób ukrycia tożsamości. Jeśli takie występują, Uczestnik jest odrzucany na początku ankiety.
- Sprawdzenie historii urządzenia Uczestnika z wykorzystaniem technologii cyfrowego odcisku palca dostarczonej przez zewnętrznego dostawcę. Cyfrowy odcisk palca to proces, który pozwala przypisać unikalny identyfikator do danego urządzenia w oparciu o jego unikalne cechy. Jest używany do dwóch celów: deduplikacji (aby sprawdzić czy Uczestnik nie wypełnił już wcześniej tej samej ankiety) i sprawdzenia urządzenia (aby zidentyfikować i oznaczyć / blokować / usunąć Uczestników, którzy mają potencjalnie nieuczciwe cechy związane z wykorzystywanym urządzeniem, np. używają anonimowych proxy, VPN, sieci TOR, korzystają z dostawców usług internetowych wysokiego ryzyka, itp.).
- Porównanie zduplikowanych adresów e-mail (jeśli są dostępne od zewnętrznych dostawców prób). Niektórzy dostawcy zgadzają się udostępniać zanonimizowane adresy e-mail, co pozwala na wykrycie zduplikowanych adresów.
- Porównanie zduplikowanych plików cookie internetowych / plików flash cookie – jeśli są umieszczone na urządzeniu Uczestnika. Pliki cookie są wykorzystywane do deduplikacji i eliminacji na poziomie ankiety.

Wszystkie ww. procedury jakości są w pełni zautomatyzowane oraz wystandaryzowane i są one stosowane domyślnie.

Metody doboru próby, procedura zapraszania Panelistów do konkretnych badań oraz sposoby zapewnienia przejrzystości podczas ich kwalifikacji (jakie informacje Panelista dostaje w zaproszeniu, jaką informację otrzymuje w przypadku niezakwalifikowania się, itp.).

W Panelu Klub Kantar stosowane są różne metody doboru próby badawczej – w zależności od celu i tematyki badania:

- metody losowe – polegają na tym, że każdy Respondent ma taką samą szansę na zostanie wybranym do próby; przykłady to prosty dobór losowy, dobór losowy warstwowy, dobór losowy skupiony, dobór losowy wieloetapowy.
- metody nielosowe – polegają na tym, że dobór Respondentów do próby jest uzależniony od określonych kryteriów; przykłady to dobór celowy, dobór kwotowy, dobór metodą „kuli śnieżnej”, dobór przypadkowy.

Losowanie do badania może przebiegać zatem wg różnych kryteriów (w zależności od konkretnego badania) – reprezentatywnie do ogółu populacji Polaków, reprezentatywnie do ogółu populacji internautów, bądź na podstawie użytkownictwa konkretnych kategorii produktowych lub marek, a także korzystania w określonych usług.

W ramach Panelu do tworzenia prób stosowana jest aplikacja z algorytmami opartymi na celach i kryteriach. Oprogramowanie dobiera Respondentów, którzy pasują do celów (np. są reprezentatywni dla populacji lub profilu). Aplikacja wysyła zaproszenia Uczestnikom bezpośrednio do konkretnych ankiet. Zaproszenia zawierają informacje o ogólnej tematyce i link do ankiety.

Kantar Polska nie korzysta z aplikacji przekierowujących lub innych technik zarządzania ruchem w ramach ankiet. Dobór Uczestników do ankiet następuje na podstawie Ich profilu i kryteriów kwalifikacyjnych. Potencjalni Respondenci są zapraszani do udziału w badaniu za pomocą e-maila lub poprzez stronę profilu.

Uczestnicy Panelu są czasowo wykluczani z ankiet – stosowane są zasady wykluczenia, które zależą od badania, kategorii, częstotliwości, itp. Zasady te zapobiegają stronniczości i utrzymują zaangażowanie. Osoba, która brała udział w badaniu może zatem nie być losowana do kolejnych badań. Procedura doboru próby zakłada możliwość wyłączenia z kolejnych losowań osób:

- karencja ze względu na temat badania:
 - Panelista wypełnił całą ankietę,
 - Panelista uczestniczył,
 - Panelista był zaproszony.
- karencja ze względu na czas:
 - Panelista wypełnił całą ankietę (sukces) (liczba dni),
 - Panelista uczestniczył w badaniu (kliknął) (liczba dni),
 - Panelista był zaproszony do badania (liczba dni).

Obecnie stosowane jest wyłączenie osób, które ukończyły ankietę w jakimkolwiek z badań trwających w ciągu ostatnich 7 dni – chyba, że jest to kolejne w danym roku badanie tej samej kategorii produktowej, bądź kolejne badanie dotyczące tej samej tematyki – wówczas dodatkowo wyłączane są osoby, które w ciągu ostatnich 90 dni brały udział w badaniu na ten sam temat. W sytuacji, gdy w Panelu występują niewielkie grupy osób o specyficznych charakterystykach, istnieje możliwość odstępstwa od zastosowania karencji.

Panelista Klubu Kantar może wziąć udział w ankiecie poprzez stronę internetową Panelisty lub korzystając z unikalnego i zabezpieczonego linka do odpowiedniego kwestionariusza zamieszczonego w wiadomości e-mail przesłanej na adres podany podczas rejestracji w Panelu. W zaproszeniu znajduje się informacja o orientacyjnym czasie trwania ankiety, tematyce i liczbie punktów, które Respondent może zdobyć w konkursie, na zakończenie ankiety. Po zalogowaniu Panelista może wybrać ankietę, którą jest zainteresowany spośród wszystkich ankiet dostępnych w danym momencie. Na tym etapie Panelista nie jest informowany o dokładnym temacie ankiety, aby nie wpływać na Jego odpowiedzi. Podawana jest tylko ogólna informacja o zakresie tematycznym ankiety, np. dot. zdrowia, sportu, zakupów, itp. Paneliści nie są też zawczasu informowani o szczegółowych wymaganiach dotyczących uczestnictwa.

Paneliści otrzymują również adres e-mail i link do pomocy technicznej – na wypadek pytań dodatkowych lub problemów z ankietą. Ponadto otrzymują link do polityki prywatności, która wyjaśnia jak chronione i wykorzystywane są ich dane. Uczestnicy Panelu otrzymują również informacje o tym, jak mogą zrezygnować z udziału w ankiecie lub w Panelu – jeśli zmienią zdanie. Na koniec otrzymują informacje o tym jak długo (orientacyjnie) potrwa ankietę i jakie wynagrodzenie otrzymają za jej wypełnienie.

Wysyłanie do każdego z Respondentów unikalnego linka zapamiętującego stopień wypełnienia ankiety zapewnia, że tylko wylosowane osoby mogą wziąć udział w badaniu i to tylko jeden raz, a w razie przerwania ankiety można ją później dokończyć.

Respondent otrzymuje zaproszenie do badania w takiej samej formie jak prośbę o weryfikację danych – na podany przez Niego adres e-mail przesyłana jest wiadomość z linkiem, który jest unikalny dla każdego Respondenta oraz pozwala na wypełnienie ankiety tylko jeden raz. W przypadku przerwania ankiety ponowne kliknięcie w link przenosi Respondenta do miejsca przerwania ankiety (chyba, że metodologia badania wyklucza powrót do ankiety – o tym fakcie Panelista jest zawczasu informowany).

Każde badanie poprzedzone jest kwestionariuszem rekrutacyjnym (screenerem), w który pozwala na sprawdzenie czy Respondent spełnia kryteria doboru do danego badania – potwierdzane są cechy, które determinują możliwość udziału w konkretnym badaniu.

W przypadku badań zawierających materiały multimedialne (grafika, dźwięk, materiały wideo), częścią screenera jest test multimedialny pozwalający upewnić się, że tylko osoba, u której materiały testowe są wyświetlane/odtwarzane poprawnie będzie mogła przejść do badania właściwego.

Uczestnik Klubu Kantar, który nie spełnia kryteriów badania może otrzymać informację o tym fakcie na jednym z etapów badania:

- Podczas odpowiadania na pytania kwalifikujące – jeśli Panelista nie pasuje do profilu badanej grupy, np. ze względu na wiek, płeć, miejsce zamieszkania czy inne cechy – po kliknięciu na link do ankiety Panelista otrzyma komunikat o niespełnieniu kryteriów do udziału w tym badaniu.
- W trakcie wypełniania ankiety (lub przed jej wypełnieniem) – w każdym badaniu kontrolowana jest suma kompletnych ankiet dla każdej cechy Respondentów poprzez ustawianie limitów na kryterium wzięcia udziału w badaniu (np. płeć, wiek, itp.). Gdy zostaje osiągnięty limit kompletnych ankiet w ramach kryterium, ankietę dla Respondenta o tych cechach zostaje zamknięta, a Respondent jest informowany o tym fakcie w trakcie ankiety, a także w momencie przekierowania na pytanie konkursowe.

- W trakcie wypełniania ankiety (lub po jej wypełnieniu) – po stwierdzeniu, że dany Panelista wypełnił ankietę w sposób nieszczerzy, niedokładny lub niekonsekwentny, zostaje on poinformowany o tym fakcie wiadomością e-mail oraz usuwane są punkty przyznane za badanie, w którym stwierdzono taką niezgodność. E-mail zawiera także pouczenie przestrzegające Panelistę, że ponowne takie działanie może skutkować usunięciem z Panelu wraz ze wszystkimi punktami zebranymi na koncie – zgodnie z Regulaminem Panelu.

Kontrola danych przeprowadzana jest automatycznie w trakcie wypełniania ankiety przez Panelistę, algorytm kontroli zapisany w systemie skryptowym umożliwia usuwanie ze zbioru danych wypełnionych zbyt szybko i/lub nierzetelnie – w efekcie pozwala to na usuwanie z Panelu tak postępujących Respondentów. W badaniach panelowych kontrola danych obejmuje 100% przypadków.

Kontrola danych przeprowadzana jest w trakcie trwania badania oraz bezpośrednio po jego zakończeniu, przed przekazaniem zbioru wynikowego do zamawiającego badanie.

W badaniach realizowanych na Panelu Klub Kantar wynagrodzenie za udział jest przyznawane w formie punktów. W przypadku badań na zewnętrznych bazach wynagrodzenie ustalane jest indywidualnie ze zleceniodawcą badania i jest dostosowane do wymaganego zaangażowania Panelisty. Przeprowadzana jest analiza potencjalnych zagrożeń i zniekształceń wyników wynikających z zastosowania danej nagrody, o czym zleceniodawca jest informowany i decyduje on ostatecznie o wyborze jednej z przedstawionych rekomendacji.

Zakres dostępnych informacji profilujących Uczestników Panelu, zasady wykorzystywania do profilowania informacji uzyskanych w poprzednich badaniach lub ze źródeł zewnętrznych.

Klub Kantar to system, który umożliwia dokładne opisanie Panelistów pod względem różnych cech. System pozwala szybko i łatwo profilować Panelistów według dowolnych kryteriów. Już na etapie rekrutacji zbierane są informacje dotyczące demografii, psychografii i zachowań. W zależności od potrzeb, możliwe jest zapytanie o aktualne trendy i zainteresowania. Dodatkowo – dane Panelistów są sprawdzane i uaktualniane na podstawie analizy demograficznej. Jeśli zleceniodawca badania potrzebuje bardziej spersonalizowanego panelu, możliwe jest stworzenie takiego panelu specjalnie dla projektu – wtedy dobór i profilowanie Respondentów następuje zgodnie z założeniami badawczymi zleceniodawcy.

Wykorzystywanie do profilowania informacji uzyskanych w poprzednich badaniach lub ze źródeł zewnętrznych odbywa się zgodnie z następującymi zasadami:

1. W celu realizowania działań związanych z prowadzeniem Klubu Kantar, w niektórych przypadkach wykorzystywane jest profilowanie. Automatyczne przetwarzanie danych Panelistów pozwala na ocenę wybranych czynników dotyczących Uczestników w celu analizy zachowań lub stworzenia prognozy na przyszłość. Pozwala to na lepsze dopasowanie do indywidualnych preferencji i zachowań. Wykorzystanie danych uzyskanych od Panelistów do profilowania informacji w oparciu o wyniki poprzednich badań oraz dane ze źródeł zewnętrznych ma na celu także ulepszenie jakości przeprowadzanych analiz.
2. Zastosowanie profilowania objawia się w zakresie i sposobie prowadzonych badań. Dane zbierane w ramach poszczególnych ankiet internetowych oraz poprzez pliki cookies umieszczone w witrynie lub na innych stronach, z których korzysta Uczestnik Panelu mogą wskazywać szczególne zainteresowania poszczególnych Uczestników konkretną tematyką. Polityka Prywatności Panelu stanowi, że na podstawie analizy takich danych zaproszenia do kolejnych badań będą częściej kierowane zgodnie z tematyką, którą Panelista jest zainteresowany. Nie oznacza to jednakże uniemożliwienia uczestnictwa w kolejnych badaniach żadnym Panelistom, ani obligowania wytypowanych osób do udziału w jakimkolwiek badaniu.
3. Żadna z analiz wyników badań nie prowadzi do automatycznego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych osób uczestniczących w badaniach.
4. Przed przystąpieniem do badania Respondent jest poinformowany o możliwości profilowania informacji uzyskanych w tym badaniu. Aby przystąpić do badania Respondent musi wyrazić zgodę na profilowanie danych, co obejmuje korzystanie z wcześniejszych wyników badań oraz danych zewnętrznych.
5. Kantar Polska zobowiązuje się do ochrony prywatności Panelistów i stosuje wszelkie niezbędne środki bezpieczeństwa w procesie profilowania danych.
6. Dane uzyskane w wyniku profilowania są wykorzystywane wyłącznie w celach badawczych i bez zgody Panelisty nigdy nie są udostępniane osobom i podmiotom trzecim.

Jednocześnie system Klub Kantar monitoruje aktywność Panelistów od momentu rejestracji. Możliwa jest kontrola Uczestników pod względem ich aktywności w projektach badawczych – w ramach analizy sprawdzeniu podlegają:

- nadaktywność: czy Panelista nie bierze udziału w zbyt wielu ankietach w krótkim czasie, co może świadczyć o braku zaangażowania lub próbie oszustwa;

- użycie fałszywych danych demograficznych: czy Panelista nie podaje sprzecznych lub nieprawdopodobnych danych o sobie, np. dotyczących wieku, płci, wykształcenia, dochodów, itp.;
- świadome udzielanie nieprawdziwych odpowiedzi: czy Panelista nie odpowiada losowo, niezgodnie z logiką lub wbrew swojemu profilowi, np. deklaruje zakup produktów, których nie zna lub nie używa;
- wypełnianie ankiety nieuważnie, bez zaangażowania: czy Panelista nie odpowiada zbyt szybko, nie pomija pytań, nie wybiera zawsze tej samej opcji, nie ignoruje instrukcji, itp.;
- wypełnianie ankiety w sposób automatyczny: czy Panelista nie korzysta z oprogramowania, które automatycznie wypełnia ankietę za niego, np. bot, autoclicker, wypełniacz formularzy, itp.;
- czas od otrzymania zaproszenia do uruchomienia ankiety: czy Panelista uruchamia ankietę zaraz po otrzymaniu zaproszenia, co może świadczyć zaprogramowanej aplikacji do udziału w ankietach;
- miejsce startu ankiety (profil; e-mail): czy Panelista uruchamia ankietę z odpowiedniego miejsca, np. z profilu Panelisty lub z e-maila, a nie z innych źródeł, np. z linków udostępnionych przez innych Panelistów lub z innych stron internetowych.

Przechowywanie danych uzyskanych podczas wcześniejszych badań, np. dotyczących zachowań, przekonań lub preferencji konsumenckich danego Panelisty, możliwości ich wykorzystywania w kolejnych badaniach.

W ramach Panelu, oprócz standardowych informacji demograficznych i profilowych, przechowywane są dane dotyczące historii Uczestników, w tym udziału poszczególnych osób w badaniach. Zapisywane są wszystkie elementy historii ankiet i doświadczenia Panelisty – między innymi takie jak: data rekrutacji, historia zaproszeń do udziału w ankietach, godzina i data udziału w poszczególnych ankietach, statystyka zaangażowania (w jej ramach: wynik każdego zaproszenia do ankiety – wypełnienie ankiety, rezygnacja, brak odpowiedzi, itp.) oraz ustawienia techniczne urządzeń i sieci, przy pomocy których Uczestnik uzyskał dostęp do Panelu (m.in. system operacyjny urządzenia dostępowego, wykorzystywana przeglądarka internetowa, ustawienia Java i ustawienia Flash, adres IP, itp.).

W profilu Panelisty przechowywane są także wybrane dane uzyskiwane z poszczególnych badań dotyczące zachowań, przekonań i preferencji konsumenckich. Dane te służą do aktualizacji i uzupełniania oraz poszerzania informacji o Paneliście. Takie dodatkowe informacje pozwalają na bardziej precyzyjny dobór Uczestników do kolejnych ankiet w przypadku, gdy danym badaniem mają być objęte osoby o określonych cechach, zachowaniach czy preferencjach.

Zleceniodawcy badań mogą otrzymywać takie informacje wyłącznie w formie zbiorczej, nie indywidualnej.

W przypadku gdyby zleceniodawca badania oczekiwał przekazania danych na poziomie indywidualnym, takie dane mogą zostać przekazane wyłącznie po uzyskaniu każdorazowo odrębnych, pisemnych zgód na takie przekazanie od każdego Uczestnika Panelu. W tym zakresie Kantar Polska przestrzega RODO i innych przepisów dotyczących prywatności i bezpieczeństwa danych osobowych.

Kwalifikacja do badania: ograniczenia w tym zakresie, np. czasowe, tematyczne, demograficzne, dopuszczalna częstotliwość udziału w badaniu danej firmy.

W Panelu stosowane są zasady kwalifikacji do badań, które mają zapobiec zmęczeniu Respondentów, a jednocześnie pozwalają uniknąć efektu wpływu niedawnego udziału w podobnych tematycznie ankietach na wyniki kolejnych badań. W tym zakresie stosowane są następujące rodzaje wykluczeń (na poziomie systemu lub ankiety):

- ogólne wykluczenia dotyczące okresu odpoczynku (brak zaproszenia dla Panelistów, którzy zostali zaproszeni niedawno, np. w ciągu ostatnich 7 dni i wzięli udział w badaniu),
- wykluczenia dotyczące tematyki (brak zaproszenia dla Respondentów, którzy niedawno uczestniczyli w badaniu dotyczącym tej samej kategorii produktów, usług lub zachowań),
- wykluczenia z kolejnych edycji tego samego badania (brak zaproszeń dla Respondentów, którzy uczestniczyli w poprzedniej fali tego samego badania).

Stosowane jest wyłączenie osób, które ukończyły ankietę w jakimkolwiek z badań trwających w ciągu ostatnich 7 dni – chyba, że jest to kolejne w danym roku badanie tej samej kategorii produktowej, bądź kolejne badanie dotyczące tej samej tematyki – wówczas dodatkowo wyłączane są osoby, które w ciągu ostatnich 90 dni brały udział w badaniu na ten sam temat.

Odstępstwa od tej reguły są możliwe jedynie w przypadku badań, w których penetracja zjawiska jest niska i uniemożliwia zastosowanie standardowych reguł karencji. W takim przypadku warunki uczestnictwa w badaniu są każdorazowo ustalane ze zleceniodawcą badania.

Wykluczenia uczestnictwa są stosowane na etapie dobierania próby i na poziomie ankiety dla wszystkich Panelistów. System zarządzania Panelem jest elastyczny i umożliwia filtrowanie według zmiennych przypisanych konkretnym Respondentom, takich jak np. udział w badaniach, wysłane zaproszenia do badań, wypełnione ankietę. Zmienne te mogą

być dostosowywane do celu projektu, jednak generalna zasada jest taka, że minimalny odstęp w uczestniczeniu w badaniach o podobnej tematyce nie powinien być krótszy niż 3 miesiące.

Do realizacji na Panelu nie są przyjmowane badania, które mogą być uznane za nieetyczne, nielegalne, obraźliwe, dyskryminujące, kontrowersyjne lub szkodliwe dla Panelistów lub innych osób. Nie są również realizowane badania, które mają na celu sprzedaż, reklamę lub promocję produktów lub usług, które nie są związane z badaniami rynkowymi. Wykluczona jest także realizacja badań, w których istniałby wymóg podawania wrażliwych danych osobowych i danych poufnych, takich jak numer PESEL, numer konta bankowego, hasła dostępowe, itp.

Treść i problematyka badań realizowanych na Panelu podlega weryfikacji pod kątem spełniania standardów i wytycznych branżowych, a także obowiązujących przepisów i regulacji prawnych. Ocenie poddawane są także inne aspekty – czy badania są odpowiednio zaprojektowane, sformułowane i skierowane do odpowiedniej grupy docelowej. Badania, które nie spełniają ww. standardów i przepisów nie są przyjmowane do realizacji lub są poprawiane na etapie projektowania. W wymagających tego przypadkach, treść i problematyka badania jest omawiana z Inspektorem Ochrony Danych, a także z osobami odpowiedzialnymi za jakość badań.

Monitorowanie kluczowych parametrów Panelu, m.in. liczba aktywnych Panelistów, wskaźnik liczby osób, które zareagowały na zaproszenie do badania do liczby osób zaproszonych (response rate).

W systemie zarządzania Klubu Kantar automatycznie tworzone są statystyki Panelu określające:

- liczbę aktywnych Panelistów;
- średni wskaźnik uczestnictwa (cooperation response / response rate) w zdefiniowanym okresie:
 - cooperation response z 7 dni,
 - cooperation response z 30 dni,
 - cooperation response z 365 dni;
- liczbę Panelistów, którzy zrezygnowali z uczestnictwa w Panelu;
- liczbę Panelistów usuniętych z Panelu z powodu dyscypliny (kontrola jakości);
- liczbę Panelistów usuniętych z powodu zgromadzenia punktów karnych w liczbie kwalifikującej do usunięcia.

Ww. parametry są przechowywane w formie elektronicznej i są dostępne po zalogowaniu dla uprawnionych pracowników Kantar Polska.

Możliwe jest sprawdzenie liczebności Panelistów w podziale na:

- klasy wielkości miejscowości,
- województwa,
- płeć,
- przedziały wiekowe,
- wykształcenie.

Ww. strukturę można następnie odnieść do:

- populacji internautów w wieku 15+,
- populacji generalnej osób w wieku 15+.

Sposoby weryfikacji danych Panelistów w dłuższych okresach (np. monitorowanie zmian w zakresie zmiennych socjoekonomicznych), zapewnienie spójności i powtarzalności struktury próby w przypadku badań trackingowych.

Kantar Polska dba o jakość danych Panelistów w dłuższych okresach, zapewniając spójność i powtarzalność struktury próby w przypadku badań trackingowych – poprzez stosowanie następujących działań:

- Zasady wykluczenia – aby nie przeprowadzać badań z tymi samymi osobami zbyt często i nie przyzwyczajać ich do danego rodzaju ankiety czy badanej kategorii produktów lub usług. Zasady wykluczenia są stosowane na etapie dobierania próby i na poziomie ankiety dla wszystkich Panelistów Klubu Kantar.
- Spójność danych demograficznych Panelistów, np. poprzez porównywanie Ich z danymi z innych źródeł (np. z bazą danych GUS w przypadku danych populacyjnych), zapraszanie do udziału w Panelu kandydatów z konkretnej grupy docelowej, itp.
- Monitorowanie zmian w zakresie zmiennych socjoekonomicznych Panelistów, np. poprzez regularne aktualizowanie Ich profilu, zadawanie np. pytań odnośnie do preferencji konsumenckich, miejsca zamieszkania, edukacji. Usuwanie z Panelu Uczestników nie odpowiadających na zaproszenia do ankiet lub udzielających odpowiedzi nierzetelnie.
- Zastosowanie odpowiednich metod ważenia i kalibracji, aby dostosować strukturę próby do zmieniających się warunków rynkowych i demograficznych, np. poprzez uwzględnianie czynników takich jak płeć, wiek, region, dochód, wykształcenie, status zatrudnienia, itp.

Struktura socjoekonomiczna Panelu ewoluuje w czasie w zależności od zmian zachodzących w populacji polskich internautów i w populacji ogólnej. Panel jest regularnie rekrutowany, aktualizowany i dostosowywany do potrzeb i wymagań zleceniodawców badań oraz partnerów biznesowych. Utrzymywany jest wysoki poziom reprezentatywności i jakości próby – poprzez stosowanie odpowiednich metod rekrutacji, zarządzania i monitorowania Uczestników. Panel Klub Kantar poprawnie odzwierciedla strukturę populacji polskich internautów pod względem płci, wieku, wykształcenia, miejsca zamieszkania i innych cech demograficznych i społeczno-ekonomicznych.

Dla każdego uczestnika Panelu sprawdzana jest konfiguracja sprzętowa i adresy IP, rejestrowane są zaufane przeglądarki oraz monitorowany jest ruch sieciowy, co umożliwia wykrywanie i eliminowanie multi-kont oraz podejrzanego aktywności na kontach Uczestników. W ramach prowadzonych projektów wykorzystywana jest technika sprawdzania plików cookie pozwalająca na eliminację wypełnienia tej samej ankiety przez Uczestników zarejestrowanych w innych panelach. Cała aktywność Panelistów jest pod stałą obserwacją, co pozwala na szybkie i efektywne identyfikowanie wszelkich prób naruszenia Regulaminu Panelu, takich jak logowanie na więcej niż jedno konto z tego samego urządzenia w krótkim odstępie czasu.

Zasady i minimalne kryteria umożliwiające współpracę z panelami zewnętrznymi.

Zdecydowana większość badań jest realizowana na próbach dobieranych wyłącznie spośród Uczestników Panelu Klub Kantar. Wykorzystywanie także innych źródeł prób bywa jednak niezbędne dla sprostania niektórym wymogom zleceniodawców badań lub wymaganiom dotyczącym dostępności osób spełniających określone kryteria czy dot. karencji, itp. Łączenie wielu źródeł prób w sposób spójny i kontrolowany jest sprawdzoną metodą badawczą, wymagającą dokładnej kontroli i uwagi, z zachowaniem dbałości o jakość i unikalność Respondentów. Dzięki temu zapewniany jest dostęp do większej liczby prób wysokiej jakości i zachowanie spójności między badaniami lub falami. Wybór źródeł prób do badania zależy od charakteru badania i tego co jest istotne dla zachowania jego jakości. Decydując o źródłach prób do badania pod uwagę brane są charakter i wymagania projektu oraz ewentualne specjalne potrzeby operacyjne lub dotyczące Respondentów. W przypadku konieczności skorzystania z zewnętrznych dostawców próby, informacja o takiej współpracy jest przekazywana do działu odpowiedzialnego za współpracę ze zleceniodawcą badania.

Przy wyborze zewnętrznych dostawców próby stosowane są formalne wewnętrzne zasady, oparte na standardach i wytycznych dotyczących jakości i bezpieczeństwa danych, a także na obowiązujących przepisach i regulacjach prawnych. Zasady te określają jakie minimalne wymagania musi spełnić dostawca (panel zewnętrzny), żeby współpraca była możliwa – niektóre z tych wymagań to:

- działanie zgodnie z zapisami norm jakości (PKJPA, ISO 20252, itp.) oraz bezpieczeństwa (ISO 27001, PKJBI, itp.) – dla zapewnienia wysokich standardów;
- przestrzeganie zasad etyki i dobrych praktyk badań rynkowych, takich jak ochrona prywatności i danych osobowych Panelistów, uzyskiwanie zgody i informowanie o celu i zakresie badania, zapewnianie dobrowolności i anonimowości udziału, unikanie wpływu na odpowiedzi i zachowania Panelistów, itp.;
- zapewnianie wysokiej jakości, reprezentatywności i wiarygodności próby poprzez stosowanie odpowiednich metod rekrutacji, zarządzania i monitorowania Panelistów, a także stosowanie odpowiednich metod doboru, ważenia i kalibracji próby;
- zapewnianie terminowości i niezawodności, poprzez stosowanie odpowiednich technologii i systemów, a także zapewnianie profesjonalnego zarządzania każdym projektem, kontroli jakości, raportowania i wsparcia technicznego;
- zapewnianie transparentności i współpracy, poprzez udostępnianie informacji o źródle, metodzie i charakterystyce próby, a także o ewentualnych problemach, ryzykach lub ograniczeniach związanych z próbą.

Umowy o współpracy z podwykonawcami (zewnętrznymi panelami) zawierają wymogi dotyczące zapewnienia odpowiedniego potencjału technicznego i organizacyjnego oraz zasobów kadrowych do należytej realizacji usług związanych z realizacją badań internetowych. Obejmuje to wymogi związane z dochowaniem należytej staranności celem zachowania jakości oraz działaniem zgodnie z aktualnymi standardami branżowymi, a także uregulowaniami prawnymi, w tym RODO w zakresie bezpieczeństwa danych.

Identyfikacja wymagań technicznych koniecznych do realizacji założeń opisanych w Polityce Jakości oraz środki techniczne i organizacyjne służące ich spełnieniu, w tym zapewniające ochronę danych osobowych Panelistów.

Kantar Polska posiadając niezbędne technologie, personel oraz formalne procedury jest w stanie realizować założenia opisane w Polityce Jakości.

Technologie (sprzęt i oprogramowanie):

Panel Klub Kantar korzysta z nowoczesnych, bezpiecznych technologii i systemów do zarządzania i realizacji badań online – niektóre z tych technologii to:

- Platforma do programowania i przeprowadzania ankiet online, która umożliwia tworzenie i uruchamianie różnych typów badań, takich jak ankiety, testy produktów, badania UX, badania conceptów, itp. Platforma ta zapewnia również funkcje takie jak walidacja danych, kontrola jakości, raportowanie i wsparcie techniczne.
- System do zarządzania i monitorowania Panelistów, który umożliwia rekrutację, selekcję, segmentację, profilowanie i motywowanie Panelistów, a także śledzenie ich aktywności, zachowań i opinii. System ten zapewnia również funkcje takie jak ochrona prywatności i danych osobowych, uzyskiwanie zgody i informowanie o celu i zakresie badania, zapewnianie dobrowolności i anonimowości udziału, unikanie wpływu na odpowiedzi i zachowania Panelistów, itp.
- Narzędzia do łączenia i wzbogacania danych, które umożliwiają integrację i harmonizację danych z różnych źródeł, takich jak dane panelowe, transakcyjne, behawioralne, społecznościowe, geolokalizacyjne, itp. Narzędzia te umożliwiają również wykorzystanie sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego do odkrywania nowych wzorców i trendów.
- Narzędzia do doboru, ważenia i kalibracji próby, które umożliwiają zapewnienie reprezentatywności i wiarygodności próby, poprzez stosowanie odpowiednich metod statystycznych i matematycznych, takich jak metody probabilistyczne, nielosowe, mieszane, itp.
- Narzędzia do wizualizacji danych, które umożliwiają prezentację i interpretację danych, poprzez tworzenie interaktywnych prezentacji danych (dashboardów), tabel przestawnych i wykresów.

Panel Klub Kantar zatrudnia wykwalifikowany i doświadczony personel, który jest odpowiedzialny za wszelkie obszary zarządzania i realizacji badań online, w tym m.in.:

- Projektowanie i programowanie badań – polegające na określaniu celu, zakresu i specyfikacji badania, a także na tworzeniu i testowaniu ankiety online, zgodnie z wymaganiami i oczekiwaniami zlecającego badanie.
- Zarządzanie i monitorowanie Panelistów – polegające na rekrutowaniu, selekcjonowaniu, segmentowaniu, profilowaniu i motywowaniu Panelistów, a także na obserwowaniu ich aktywności, zachowań i opinii, zgodnie ze standardami i wytycznymi jakości oraz bezpieczeństwa danych.
- Zarządzanie i monitorowanie próby – polegające na dobieraniu, ważeniu i kalibrowaniu próby, a także na zapewnianiu jej reprezentatywności i wiarygodności, zgodnie z metodologią i kryteriami badania.
- Zarządzanie i monitorowanie realizacji badań – polegające na uruchamianiu i nadzorowaniu badań online, a także na zapewnianiu terminowości i niezawodności dostaw próby, zgodnie z harmonogramem i budżetem badania.
- Zarządzanie i monitorowanie jakości i bezpieczeństwa danych – polegające na sprawdzaniu, walidowaniu i czyszczeniu danych, a także na zapewnianiu ochrony prywatności i danych osobowych Panelistów, zgodnie z obowiązującymi przepisami i regulacjami, takimi jak RODO czy standardy branżowe określone przez ESOMAR i OFBOR.
- Zarządzanie i monitorowanie raportowania i wsparcia technicznego – polegające na dostarczaniu i analizowaniu danych, a także na zapewnianiu profesjonalnego wsparcia i pomocy technicznej dla Panelistów i zlecających badania, zgodnie z ich potrzebami i zapytaniami.

Panel Klub Kantar stosuje formalne procedury, które są niezbędne do zapewnienia jakości i bezpieczeństwa danych, a także do przestrzegania zasad etyki i dobrych praktyk w zakresie badań rynkowych. Niektóre z tych procedur to:

- Procedura rekrutacji Panelistów, która określa, jakie kanały, metody i kryteria są używane do rekrutowania Panelistów, a także jakie informacje i zgody są od nich wymagane i uzyskiwane.
- Procedura zarządzania Panelistami, która określa jakie działania i narzędzia są używane do zarządzania i monitorowania Panelistów, a także jakie stymulanty i motywatory są im oferowane i wypłacane.
- Procedura doboru próby, która określa jakie metody i kryteria są używane do dobierania próby, a także jakie informacje i zgody są od Panelistów wymagane i uzyskiwane.
- Procedura ważenia i kalibracji próby, która określa jakie metody i dane są używane do ważenia i kalibrowania próby, a także jakie informacje i zgody są od Panelistów wymagane i uzyskiwane.
- Procedura realizacji badań, która określa jakie zasady i wytyczne są stosowane do realizacji badań online, a także jakie informacje i zgody są od Panelistów wymagane i uzyskiwane w tym zakresie.
- Procedura jakości i bezpieczeństwa danych, która określa jakie standardy i narzędzia są stosowane do zapewnienia jakości i bezpieczeństwa danych, a także jakie informacje i zgody są od Panelistów wymagane i uzyskiwane.
- Procedura raportowania i wsparcia technicznego, która określa jakie formaty i terminy są stosowane do dostarczania i analizowania danych, a także jakie środki i kanały są stosowane do zapewniania wsparcia i pomocy technicznej dla Panelistów i zleciodawców badań.

Środki techniczne i organizacyjne zapewniające ochronę danych osobowych Panelistów:

- W Kantar Polska powołany został Inspektor Ochrony Danych, do którego Paneliści mogą zwrócić się z każdą sprawą związaną z przetwarzaniem danych osobowych – kontaktując się na adres e-mail: iod@kantar.com

- Pracownicy i współpracownicy Kantar Polska mający dostęp do danych osobowych Panelistów posiadają nadane upoważnienia do przetwarzania danych osobowych oraz zobowiązani są do zachowania poufności danych osobowych.
- Pracownicy i współpracownicy Kantar Polska mający dostęp do danych osobowych Panelistów są cyklicznie szkoleni z zakresu ochrony danych osobowych oraz bezpieczeństwa informacji.
- Kantar Polska posiada wdrożoną dokumentację z zakresu ochrony danych osobowych, w szczególności Politykę ochrony danych osobowych, Procedurę obsługi żądań podmiotów danych oraz Procedurę reakcji na incydenty bezpieczeństwa.
- Kantar Polska korzystając z podwykonawców mających dostęp do danych osobowych Panelistów Klubu Kantar zapewnia, by z podwykonawcami zawarte były umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych oraz by podwykonawcy byli cyklicznie weryfikowani pod kątem zapewnienia wystarczających gwarancji wdrożenia odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych zapewniających bezpieczeństwo przetwarzanych danych osobowych Panelistów.
- W ramach Panelu Klubu Kantar, na podstawie prowadzonej analizy ryzyka wdrożono rozwiązania zapewniające bezpieczeństwo danych osobowych Panelistów takie jak dwuskładnikowe uwierzytelnianie, zablokowanie dostępu z sieci TOR (ang. The Onion Router), wymuszanie zmiany hasła oraz odpowiednie wymagania dot. złożoności i unikalności haseł.

Wszystkie te warunki są aktualnie spełnione przez Kantar Polska, co pozwala sprawnie realizować założenia opisane w Polityce Jakości. Panel Klub Kantar jest regularnie audytowany i certyfikowany przez niezależną organizację OFBOR, a uzyskiwane rokrocznie certyfikaty PKJPA potwierdzają wysoką jakość i bezpieczeństwo danych, a także stosowanie się do zasad etyki i dobrych praktyk w zakresie badań rynkowych.

Polityka Jakości Panelu Klub Kantar została przyjęta i zatwierdzona 1 lutego 2024 r.

Ostatnia aktualizacja: marzec 2026 r.