

## Verschillen Webmeter uitkomsten en websitestatistieken

Regelmatig komt de vraag naar boven over waardoor er verschillen zijn tussen de Webmeter rapportage en eigen websitestatistieken. Dit document licht toe wat de mogelijke oorzaken van deze verschillen zijn.

Verschillen worden globaal gesproken door de volgende mogelijke zaken veroorzaakt:

1. De meetdefinitie van de Webmeter meting en de websitestatistiek verschilt waardoor resultaten niet vergelijkbaar zijn
2. De Webmeter meet onder de Nederlandse bevolking van 13+ jaar, websitestatistieken meten meestal alles (buitenlandse bezoekers, kinderen)
3. Niet elke webpagina heeft een (correcte) Webmeter meetcode, terwijl de websitestatistiek deze pagina wel meetelt
4. Marktonderzoek levert altijd verschillen op met een complete meting; het betreft immers een meting onder een subset van de bevolking.

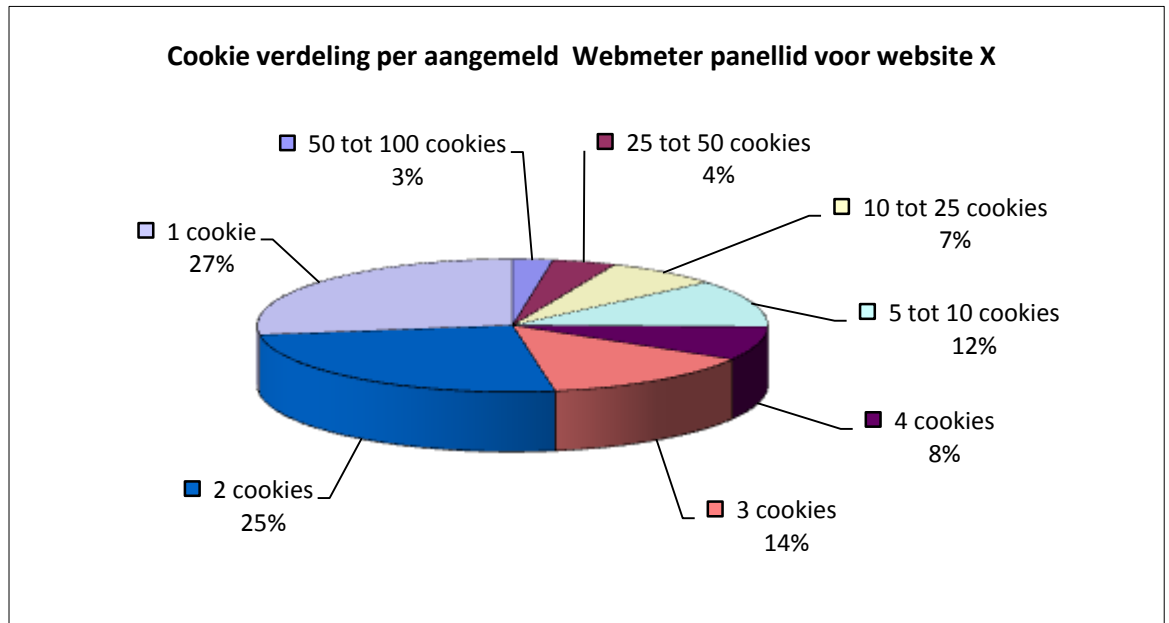
Onderstaand worden deze punten nader toegelicht.

### 1. Definitieverschillen tussen de cijfers

In het Webmeter onderzoek wordt elke bezochte pagina geregistreerd na het opvragen van die pagina. Deze registratie is op basis van de pagina's waarin zich een meetcode bevindt. Verschillen tussen Webmeter en de sitestatistieken kunnen veroorzaakt worden doordat er verschillende dingen gemeten (en dus vergeleken) worden:

- Plaatsing meetcodes op dezelfde pagina's, domeinen, sub-sites en sub-domeinen: zijn meetcodes geplaatst op alle pagina's waarop de eigen meetcodes ook zijn geplaatst? Denk hierbij vooral ook aan sub-domeinen en third party sites.
- Meten van campagnes: in hoeverre bevatten de eigen statistiek metingen ook metingen (bezoekers) van campagnes (banners, metingen Google adwords, e-mail nieuwsbrieven). Indien deze worden gemeten zal het aantal bezoekers in de eigen statistieken hoger zijn.
- Gebruikte meetmethode – logfile versus pixelmethode: statistiek programma's zijn er in verschillende soorten. Traditioneel is de logfile methode (bijv. Webtrends logfile pakket) die de requests aan de servers (hits) omzet in 'paginabezoeken' en vervolgens 'bezoeken' en 'bezoekers'. Verschillen ontstaan doordat hits met een instelbare formule worden herleid tot pagina's. Anderzijds missen logfile pakketten metingen a.g.v. gecached pagina's. Deze worden met de pixelmethode juist wel gemeten.

- Gebruikte meetmethode – meten van unieke bezoekers (Unique visitors): statistiek pakketten gebruiken verschillende methoden om 'unieke bezoekers' vast te stellen. In de eerste plaats is er een verschil tussen 'bezoeken', 'dagelijkse bezoekers' en 'unieke bezoekers'. In de tweede plaats verschilt de wijze waarop 'unieke bezoekers' worden gemeten en berekend. Het ene pakket gebruikt uitsluitend cookies, waarbij van belang is in hoeverre privacy regels gerespecteerd worden (P3P regels), anti-spyware programma's die cookies weigeren/opruimen, en het pakket zeker weet dat een cookie ook daadwerkelijk is geaccepteerd (en voor welk deel van de site en of er mogelijke meerdere cookies worden gezet). Andere pakketten gebruiken ook combinaties van IP-adressen en User Agents om bezoekers mee te identificeren. De verschillen kunnen aanzienlijk zijn.
- Gebruikte meetmethode - filteren van robots, spybots: Sitestat en STIR filteren al het robot verkeer a.d.h. van een internationale ABCe robot en spybot lijst. Veel andere pakketten doen dat niet. Het aandeel hiervan kan wel tot 40% van het bezoek en bezoekers aandeel bedragen. (Zie ABCe regels in Annex.)
- Unique visitors versus STIR bereik: deze begrippen leiden het meest tot verwarring. In aanvulling op alle mogelijke oorzaken van hierboven, zijn Unique visitors feitelijk "Unieke cookies". Bij STIR is bereik daadwerkelijk slechts één uniek persoon (ongeacht het aantal cookies/browsers/PC's dat iemand in een periode gebruikt). Gemiddeld zal eenzelfde persoon circa 2,5 cookie in een maand tijd gebruiken om een website te bezoeken. Dit kan per situatie echter enorm verschillen! Bij een site waarbij mensen vanaf heel veel verschillende plaatsen en verschillende PC's/browsers de site bezoeken (scholen, universiteiten, vrienden, internetcafés) zal dat aanzienlijk hoger zijn. Dit wordt nog eens versterkt als de cookies veelvuldig worden opgeruimd (denk aan internetcafés, openbare PC's, en bij bezoek aan bijv. gok- en "heren"-sites). Het maakt dus uit of bezoekers aan een site veel of weinig cookies "verbruiken". Bij STIR is bereik echter steeds 1 persoon, waarvan we alles weten op het gebied van demografische kenmerken! Het gemiddelde van 2,5 cookie per persoon houdt in dat een deel van de mensen slechts 1 cookie verbruikt, maar dat er dus ook mensen zijn die er 25 verbruiken. Deze spreiding verschilt zoals gezegd per website. Om dit inzichtelijker te maken is hieronder de verdeling weergegeven van het aantal verbruikte cookies per Webmeter panellid in één maand voor één website. In dit geval heeft driekwart van de panelliden dus 1-4 cookies "verbruikt" voor het bezoeken van website X.



- MCP – gefilterd meten – zijn alle domeinen wel aangemeld: voor STIR wordt in de meeste gevallen gebruik gemaakt van een meetcode die er voor zorgt dat uitsluitend een meting plaatsvindt bij bezoek door een STIR panellid. Dit wordt gedaan aan de hand van een cookie dat panelliden ophalen bij het inloggen op webmeter.nl door een pagina van een bepaalde domein op te halen (de MCP). Cookies werken altijd maar voor een bepaald domein (bijv. www.website.nl of http://\*.website.nl). Zijn er nog andere domeinen die wel worden gemeten met de eigen statistieken, maar niet met STIR, dan is het zaak dat hiervoor ook een cookie wordt aangeboden aan de panelliden. Denk hierbij aan bepaalde sub-domeinen of alias domeinen (andere url, dezelfde site) of content pagina's op sites van sites van derden (bijv. occasion pagina's op een portal).

## 2. Webpagina bezoek uit het buitenland en van kinderen van 12 jaar en jonger

Het Webmeter onderzoek is gebaseerd op een panel van Nederlandse surfers van 13 jaar en ouder. Websitebezoek vanuit het buitenland of door kinderen van 12 jaar of jonger wordt in het onderzoek dus niet gemeten. Bij sommige websites is het bezoek uit het buitenland of van kinderen echter een behoorlijk deel van hun bezoekers. Om de cijfers te vergelijken dienen deze groepen er eigenlijk eerst uitgefilterd worden. Buitenlands bezoek is meestal wel te filteren maar bezoek tot 12 jarigen is niet direct identificeerbaar in sitestatistieken.

### **3. Alle Webmeter meetcodes aanwezig?**

Bevatten alle webpagina's ook daadwerkelijk een correcte Webmeter meetcode? Ook eventuele indelingen/uitsplitsingen op basis van channel of webdirectory dienen correct gecodeerd te zijn om goed te kunnen vergelijken. Indien een pagina onjuist gecodeerd of ingedeeld is, kunnen deze pagina's in de Webmeter rapportage ontbreken of alleen onder de algemene indeling aanwezig zijn.

Daarnaast is het belangrijk te weten hoe de codeersituatie was ten tijde van de rapportageperiode. Een meetcode kan nu wel correct zijn maar was misschien een maand geleden nog niet correct.

Nedstat levert websites ondersteuning middels een browser toolbar waarmee per webpagina direct gecheckt kan worden welke indeling is gemaakt en of de code correct is. Daarnaast kan op verzoek de website middels een spider doorzocht worden waarmee alle webpagina's met een onjuiste codering makkelijk geïdentificeerd kunnen worden. Tevens levert Nedstat ook standaardrapporten waarmee de codering gecontroleerd kan worden. Voor deze ondersteuning kan men contact opnemen met [helpdeskstir@nedstat.com](mailto:helpdeskstir@nedstat.com).

### **4. Betrouwbaarheid van onderzoekscijfers**

De cijfers uit de STIR Webmeter zijn afkomstig van een representatief panel van 10.000 Nederlandse surfers van 13 jaar en ouder. Op basis van het surfgedrag van dit panel wordt het gedrag van de gehele Nederlandse surfpopulatie ingeschat. Bij de Webmeter resultaten geldt altijd – net als bij al het marktonderzoek - een betrouwbaarheidsmarge. De betrouwbaarheidsmarge geeft de bandbreedte aan waarbinnen het "echte" resultaat zich beweegt. We schatten immers het gedrag van de gehele bevolking in middels het geregistreerde gedrag van een veel kleinere groep.

Deze bandbreedte rond de uitkomst wordt beïnvloed door de grootte van het aantal respondenten binnen de doelgroep en ook door de te meten uitkomst. Oftewel, hoe groter het aantal respondenten waaronder je meet, hoe betrouwbaarder het resultaat. Een uitkomst is natuurlijk veel zekerder (betrouwbaarder) als je 1.000 mensen ondervraagt dan wanneer je maar 100 mensen ondervraagt. Een betrouwbaarheidsmarge rond de uitkomst is echter altijd aanwezig. De relatieve betrouwbaarheidsmarge wordt verder beïnvloed door de uitkomst. Dit lijkt op zichzelf een vreemde zaak maar het werkt als volgt: stel dat je 1% bereik hebt met een bepaalde webpagina. Als we dan onder 1000 mensen het bezoekgedrag registreren zouden in principe 10 mensen moeten vinden die deze pagina hebben bezocht. Het kan echter ook gebeuren dat we niet 10 maar 12 of 7 mensen vinden die deze pagina hebben bezocht. Dan komt er dus een bereik van 1,2% of 0,7% uit de meting. Stel nu dat het paginabereik niet 1% maar 50% is. Als we onder 1000 mensen meten vinden we als het goed is 500 bezoekers. Maar het kunnen er dan ook 502 of 497 personen zijn. Het bereik is dan 50,2% respectievelijk 49,7%. Alhoewel de absolute afwijking even groot is als bij een bereik van 1% (nl. 0,2% en 0,3%), is het in verhouding tot het resultaat veel kleiner.

Hoe groot is deze bandbreedte? Om deze te berekenen is er een standaardformule:

$$\text{Betrouwbaarheidsmarge} = 1,96 * \sqrt{(\text{uitkomst} * (100 - \text{uitkomst})) / \text{doelgroepgrootte}}$$

In ons voorbeeld van 1% gemeten bereik is de betrouwbaarheidsmarge:

$$1,96 * \sqrt{(1 * (100 - 1)) / 1000} = 0,62\%$$

Dit betekent dat de "echte" uitkomst zich bevindt tussen 0,38% en 1,62%

Relatief kan de uitkomst  $\pm$  62% verschillen met de gemeten uitkomst.

En bij het voorbeeld van 50% gemeten bereik is de betrouwbaarheidsmarge:

$$1,96 * \sqrt{(50 * (100 - 50)) / 1000} = 3,10\%$$

Dit betekent dat de "echte" uitkomst zich bevindt tussen 46,9% en 53,1%

Relatief kan de uitkomst  $\pm$  6% verschillen met de gemeten uitkomst.

### Conclusie:

- Bij het vergelijken van sitestatistieken met Webmeter uitkomsten zullen altijd verschillen zichtbaar zijn met sitestatistieken. Exact identieke uitkomsten zijn eerder toeval dan regel.
- Bij het vergelijken van uitkomsten van gehele website zijn de verschillen met sitestatistieken relatief kleiner dan bij het vergelijken met individuele webpagina's/kleine gedeeltes van de websites.
- Bij de huidige panelomvang van 10.000 respondenten heeft een website/pagina met 1% bereik een relatieve marge van 20% verschil.

### Praktische gebruikadviezen:

- Probeer de verleiding te weerstaan om de uitkomsten uit Webmeter te vergelijken met sitestatistieken; hieruit zullen altijd wel verschillen naar voren komen.
- Combineer kleinere gedeeltes van de website tot een groter geheel en voer daar analyses mee uit.
- Analyseer kleinere gedeeltes over langere periodes (bijvoorbeeld een kwartaal of halfjaar); de resultaten zijn dan betrouwbaarder.

## 5. Webmeter uitkomsten voor specifieke groepen

Het Webmeter panel is representatief samengesteld op basis van geslacht, leeftijdsgroepen, opleidingsklassen, plaats in gezin, provincies, stedelijkheid en surfintensiteit thuis en op het werk. Indien websites zich op zeer specifieke doelgroepen richten (bijvoorbeeld zakelijke beslissers, jongeren die veel op verschillende locaties internetten, mensen die wel eens Vrij Nederland lezen), kan het zijn dat er zich onvoldoende aantallen van deze doelgroep in het Webmeter panel aanwezig zijn. Helaas is het niet mogelijk om de representativiteit binnen het panel op elke mogelijk achtergrondkenmerk aan te sturen.

Daarnaast controleren wij panelleden op voldoende aanmeldgedrag op webmeter.nl vanaf de thuis- en werk-PC. Het kan echter gebeuren dat respondenten incidenteel zich vergeten aan te melden en wij weten dat sommige groepen dit vaker vergeten dan andere groepen. Zeker op overige locaties als school, onderweg en internetcafé wordt makkelijker vergeten om zich aan te melden omdat webmeter.nl hier niet als startpagina staat ingesteld.

---

## **Annex – ABCe regels**

In het kort omvat ABCe alleen door mensen gegenereerde pageviews, die gemeten worden op domeinen gespecificeerd door het certificaat.

Dit betekent:

- \* ABCe accepteert geen clickin, clickout en PDF als pageview metingen.
- \* ABCe accepteert een pageview meting per pagina (dus slechts een pagina binnen een frameset. Geen extra pageviews voor ingebedde advertenties).
- \* ABCe accepteert geen automatisch gegenereerde metingen (zoals autorefresh pagina's).
- \* ABCe omvat alleen metingen die afkomstig zijn van vooraf gedefinieerde domein URL's (perimeter).
- \* ABCe moet weten vanaf welke pagina de meting is gedaan om de perimeter te controleren, anderen worden uitgesloten.
- \* ABCe verplicht bekende robots (herkend door de user-agent string) eruit te filteren.
- \* ABCe accepteert geen pop-up, pop-unders voortgekomen vanuit andere sites.

Voor meer informatie zie [www.abce.org.uk](http://www.abce.org.uk).