



NORME CROWDSOURCING

Novembre 2015

© 2015 ASSIRM. Tutti i diritti sono riservati. Questa pubblicazione non può essere riprodotta o copiata in alcuna forma senza il preventivo consenso di ASSIRM.

Indice

DEFINIZIONE

1. RETE DI OPERATORI

- a) Attivazione della rete
- b) Mantenimento della rete

2. MODALITA' DI INGAGGIO DEGLI OPERATORI

3. MODALITA' DI UTILIZZO DIRETTO

4. MONITORAGGIO, REVISIONI QUALITA' E RUOLO DEI REVISORI

5. COMPENSO DEGLI OPERATORI E GESTIONE DEI PAGAMENTI

6. SICUREZZA DEL SISTEMA

Allegato 1 – Standard di Qualità Assirm

DEFINIZIONE

Crowdsourcing è il processo con cui oggi – grazie alle moderne tecnologie e alla sharing economy – le aziende possono ottenere servizi, idee e contenuti, sollecitando contributi da gruppi estesi di persone, community on line, o comuni cittadini.

Tale processo può essere utilizzato per attività di field e gestito da piattaforme dedicate.

Lo strumento del crowdsourcing consente di svolgere qualunque tipo di check di prodotto all'interno dei punti di vendita o dei punti di consumo (canale HO.RE.CA.) e, in generale, di raccogliere svariate informazioni dal territorio.

Le piattaforme crowdsourcing consentono di integrare molteplici figure che interagiscono tra loro:

- **Membri della Rete:** gli utenti della community reclutati tramite passaparola e social network. Gli utenti “lavorano” per prossimità geografica (registrata con il sussidio dei navigatori GPS integrati nei loro smartphone) ai punti di interesse/oggetto di rilevazione → via **app** (compatibile con i vari sistemi operativi).
- **Ricerca:** programmazione del questionario, implementazione dell’anagrafica di interesse, gestione e monitoraggio dei contributi¹ e del field stesso → via web su piattaforma dedicata.
- **Cliente/Committente:** fruizione in tempo reale e on-going dei risultati raccolti su un sito dedicato. I risultati vengono forniti a livello puntuale (singola osservazione e a livello aggregato tramite statistiche sintetiche. I contributi fruibile possono essere corredati da fotografie e/o contenuti multimediali geo-referenziati e certificati a sostegno di quanto rilevato nei punti vendita.

1. RETE DI OPERATORI

a) Attivazione della rete

Gli operatori entrano a far parte della rete sottoponendo la loro candidatura tramite social network o sito internet della società di marketing fornitrice del servizio di crowdsourcing.

Una volta ritenuta idonea la candidatura dell’operatore, lo stesso si registra fornendo le seguenti informazioni anagrafiche: nome, cognome, data e luogo di nascita e codice fiscale.

È prevista periodicamente una comunicazione tra la società di marketing e gli operatori per notificare nuovi lavori ed incentivarne il coinvolgimento tramite l’uso dei Social Network.

Gli operatori che entrano a far parte della rete sono chiamati a sottoscrivere un regolamento di adesione che definisce i termini di collaborazione e le condizioni di partecipazione.

Nel rispetto della normativa vigente in materia di lavoro e di privacy possono candidarsi come operatori solo i maggiori di età o i minori che hanno terminato la scuola dell'obbligo se autorizzati dai genitori. Il controllo viene effettuato tramite verifica dei dati anagrafici e fiscali dichiarati dal candidato.

b) Mantenimento della rete

Sono generalmente previste attività di monitoraggio della rete, con l'obiettivo di mantenere alto il livello di partecipazione.

A seconda della piattaforma, l'attività di monitoraggio della rete può prevedere un sistema di notifiche agli iscritti che non sono più attivi.

2. MODALITA' DI INGAGGIO DEGLI OPERATORI

La rete è deputata a svolgere diversi incarichi e viene ricompensata tramite un compenso economico incassabile da parte dell'operatore tramite Paypal o altre modalità di pagamento.

Si rimanda al paragrafo "Ricompensa" per il dettaglio sulle tipologie di ricompensa.

Gli operatori della rete possono scegliere di svolgere due tipi di incarichi:

- Incarichi a pagamento: prevedono un compenso in denaro. Le rilevazioni vengono svolte per la maggior parte delle volte in location predefinite dal Committente quali supermercati, punti di consumo, stazioni di servizio etc.;
- Incarichi non a pagamento.

Per ogni incarico è previsto un briefing all'operatore attraverso l'App della società di marketing che accompagna l'operatore in una procedura corredata da istruzioni e immagini di esempio. Il briefing fa parte dell'incarico e deve essere disponibile contestualmente all'esecuzione dell'incarico.

Inoltre, a seconda della piattaforma adottata, il questionario può prevedere un flusso di risposte con criteri di validazione e filtri predefiniti (es. campi numerici, testo, risposte multiple, verifica della presenza della fotografia/video, ecc.)

L'incarico decade se non portato a termine entro un lasso di tempo pattuito preventivamente.

Il percorso di qualifica dell'operatore può prevedere un iter di abilitazione più o meno articolato (es.: eseguire un certo numero di incarichi non remunerati finalizzati alla formazione e alla familiarizzazione con lo strumento, oppure eseguire un certo numero di incarichi di prova). Tutti gli incarichi e i relativi contributi dei nuovi operatori sono comunque soggetti a controllo al 100% da parte dei revisori interni, come descritto al punto 4 seguente.

L'App e/o il sito della società di marketing devono prevedere strumenti adeguati (es. help online, contatti, FAQ, blog, manualistica, regolamenti e altre informazioni utili, ecc.) finalizzati ad assistere l'operatore per tutta la durata del rapporto di collaborazione.

3. MODALITA' DI UTILIZZO DIRETTO

La piattaforma può essere anche concessa in uso al Cliente che ne richiede l'utilizzo in autonomia.

In questo caso il ruolo della società di marketing fornitrice del servizio è quello di predisporre quanto richiesto dal Cliente Committente e di controllare periodicamente l'andamento del progetto. Per questo utilizzo dello strumento si prevede che gli operatori della rete siano, alternativamente, tutta o una porzione selezionata e targettizzata della rete abituale di operatori oppure siano la forza vendita del Cliente stesso.

Revisione e trattamento dei risultati restano di competenza del Cliente Committente del progetto.

4. MONITORAGGIO, REVISIONI QUALITA' E RUOLO DEI REVISORI

La piattaforma adottata deve poter consentire di:

- monitorare in tempo reale gli indirizzi visitati;
- controllare il raggiungimento delle quote nelle diverse celle campionarie;
- "spegnere" gli indirizzi ancora disponibili nelle celle già completate e lasciare attivi gli indirizzi non visitati nelle celle in cui non si sia raggiunto il target".

Ogni contributo ricevuto sulla piattaforma, sia esso a pagamento o creativo, viene revisionato da un team di revisori interni.

I livelli di revisione possono essere:

- Automatico - tutti i contributi ricevuti sono corredati di coordinate geografiche, data e ora di svolgimento rilevate in automatico dallo smartphone (tramite GPS) che implicitamente ne certificano la localizzazione spazio-temporale necessaria, e consentono la verifica di coerenza con le coordinate geografiche previste nell'incarico;
- Manuale - ciascun contributo viene sottoposto ad una verifica puntuale della coerenza tra risposte e contributi (fotografie, video, ecc.) per verificare il rispetto delle regole di svolgimento dell'incarico.

La revisione manuale dei contributi ricevuti avviene tramite un revisore, figura specificamente incaricata di valutare il grado di accuratezza del contributo e di stabilirne l'accettazione o il rifiuto dello stesso.

Se il contributo è ritenuto idoneo, dalla revisione manuale, viene accettato, ovvero reso immediatamente fruibile e consultabile dal Cliente che ha accesso al sito dedicato.

In base alla piattaforma adottata, si può prevedere una valutazione del contributo in termini di "idoneità/non idoneità", oppure l'assegnazione di un punteggio di qualità, che concorre alla valutazione del rilevatore.

Inoltre, è anche possibile prevedere una spiegazione al rilevatore degli errori commessi per attivare un processo di formazione continua. Ove prevista, tale spiegazione è trasmessa all'operatore congiuntamente con il giudizio sul contributo da parte della società di marketing.

Se il revisore ritiene che il contributo ricevuto non è conforme alle regole prestabilite, agisce alternativamente secondo due possibilità:

- Ri-aprire all'operatore la possibilità di svolgere nuovamente lo stesso incarico;
- Impedire definitivamente che l'operatore possa svolgere di nuovo lo stesso incarico.

La percentuale di contributi respinti sul totale dei contributi revisionati non dovrebbe essere superiore a uno standard minimo definito internamente.

L'azienda si deve impegnare a revisionare ogni contributo entro un determinato arco temporale dalla ricezione dello stesso.

In caso di gravi e ripetute difformità rispetto al contenuto richiesto, l'azienda può decidere di sospendere la collaborazione (a titolo temporaneo o definitivo) con l'operatore.

5. COMPENSO DEGLI OPERATORI E GESTIONE DEI PAGAMENTI

A conclusione di ciascun incarico revisionato e accettato, ogni rilevatore viene ricompensato per i dati raccolti e per le informazioni condivise.

Il compenso varia a seconda della difficoltà dell'incarico.

Al lancio dell'incarico il compenso è contenuto e corrisponde al minimo per quel tipo di compito.

Nei momenti successivi al lancio ci si riserva la possibilità di alzare il compenso per fare in modo che vengano visitate anche le location risultate meno comode rispetto alla posizione dell'operatore.

E' prevista anche una differenziazione del compenso in base al livello di accuratezza e di completezza del contributo ricevuto.

Se l'incarico è strutturato in diverse sezioni indipendenti per cui l'operatore può compilarne una o più, è previsto un compenso per ciascuna sezione correttamente compilata.

La principale ricompensa per gli incarichi svolti è in denaro. E' prevista per le missioni svolte in precise location, stabilite dal Committente. Il trasferimento di denaro avviene tramite l'integrazione della piattaforma con metodi di pagamento sicuri (ad es. Paypal).

Prevedendo una ricompensa in denaro, il rapporto con i membri della rete deve essere regolamentato da apposito contratto di collaborazione nel rispetto della normativa vigente (contratto di collaborazione occasionale).

L'operatore può incassare il credito maturato non appena raggiunta una soglia minima, oppure quando lo ritiene più opportuno.

L'operazione viene gestita in autonomia dall'operatore, solo dopo aver compilato il modulo con i dati di pagamento necessari.

Entro la fine del mese stesso dell'incasso la società di marketing fornitrice del servizio si assume il compito di redigere una notula giustificativa dei compensi emessi.

6. SICUREZZA DEL SISTEMA

Al fine di garantire la riservatezza delle informazioni raccolte e la proprietà intellettuale del dato, al Cliente/Committente deve essere garantita la riservatezza nelle diverse fasi del processo:

- Strumento di raccolta dati - lo smartphone non rendere accessibili i dati raccolti al di fuori dell'utilizzo richiesto dalla società di marketing, tramite sistema di richiesta delle credenziali di accesso (es. nome utente o e-mail e password) e prevedendo o meno la conservazione dei dati sullo smartphone dell'operatore o lo scarico dei dati medesimi;
- Canale di trasmissione tra lo strumento di raccolta e il server e sistema di raccolta dati della società di marketing - la trasmissione deve essere criptata e rispondente agli standard di sicurezza informatici applicabili;
- Server e sistema di raccolta dati - l'accesso ai dati presso la società di marketing deve essere rispondente ai criteri di sicurezza per quanto riguarda il controllo degli accessi e delle autorizzazioni alla visualizzazione dei dati delle ricerche.”
- I dati raccolti dal rilevatore e le fotografie non devono rimanere sul dispositivo (smartphone o tablet) per impedirne un riutilizzo o, se il sistema lo prevede, bisogna dare evidenza che i dati raccolti non possono essere riutilizzati per altre indagini.

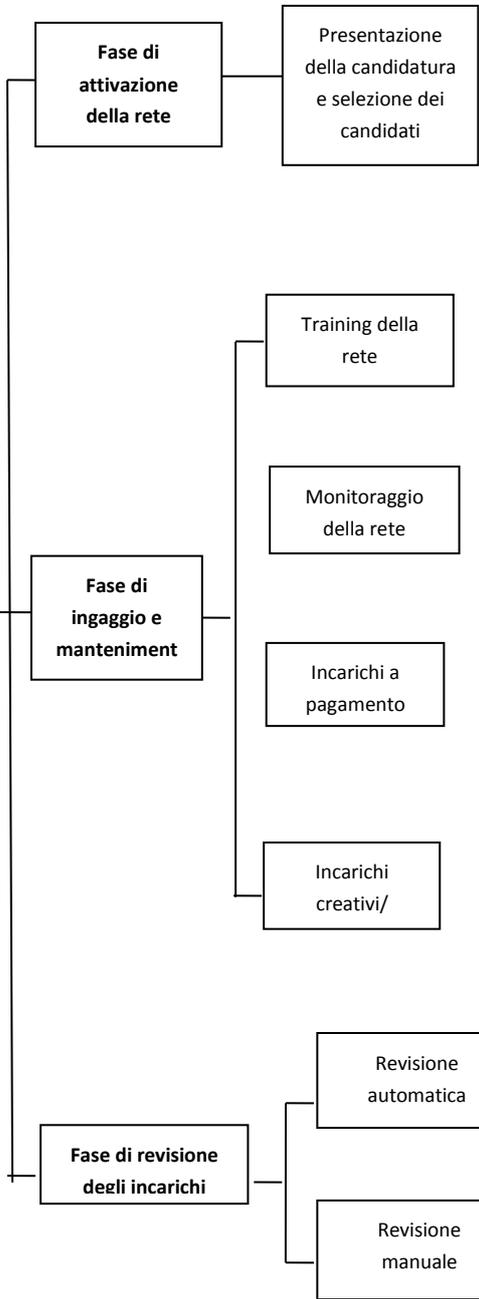


FASI DELL'ESPERIENZA

INDICATORI DI QUALITA'

STANDARD DI QUALITA' ASSIRM

Qualità del servizio di organizzazione reti di operatori in crowdsourcing



Definizione di un tempo di risposta agli iscritti relativo alla comunicazione dell'esito della candidatura.

Entro 3 gg. dalla ricezione dell'iscrizione in caso di assegnazione di codice identificativo.

Presenza di tutorial o previsione di un percorso di familiarizzazione mediante incarichi di prova o non remunerati.

Tutti contributi dei nuovi operatori devono essere soggetti al 100% dei controlli da parte dei revisori interni.

Mantenimento di un elevato livello di partecipazione attraverso la previsione di un sistema di notifica personalizzata via mail agli operatori in caso di inattività.

1 notifica via mail in caso di inattività superiore a 4 settimane.

Definizione del n° massimo di incarichi a pagamento che il singolo operatore può svolgere in contemporanea.

Coerente con il numero del livello esperienza.

Definizione dei tempi di attesa da parte dell'operatore per la revisione dell'incarico.

Entro 7 gg. dal momento della ricezione del /dei contributi.

% di contributi respinti sul totale dei contributi revisionati.

In media la percentuale di contributi respinti sul totale di contributi revisionati non deve essere superiore a 10%.

Termini di decadenza di un incarico non portato a termine.

Max 6 h ore dalla prenotazione.

Termini per la sospensione temporanea o definitiva della collaborazione con l'operatore.

Percentuale degli incarichi respinti sul totale degli incarichi attribuiti che determinano la sospensione sia a titolo temporaneo che definitivo: superiore al 50% (su almeno 20 job).