



## MOBİL PAZAR ARAŞTIRMA YÖNETİMİ KILAVUZU

### İÇERİK

1. Giriş
  - 1.1 Kapsam
  - 1.2 Tanımlar
2. Temel Prensipler
  - 2.1 Pazar, Sosyal ve Fikir Araştırmalarını Amacına Göre Ayırma
  - 2.2 Yasalarla Uyumluluk
  - 2.3 Onay ve Bildiri
  - 2.4 Kişisel Verinin Korunması
  - 2.5 Zararsızlık Temini
  - 2.6 Çocuklar
  - 2.7 Endüstri İtibarı
  - 2.8 Raporlama
3. Belirli Sosyal Medya Mecraları İçin Özel Hususlar
  - 3.1 İndirilebilen ve Web Tabanlı Uygulamalar
  - 3.2 Pasif Veri Toplama
  - 3.3 Fotoğraf, Video ve Ses Kayıtları
  - 3.4 Gizli Müşteri
  - 3.5 Rastlantısal Veri

## 1. GİRİŞ

2010 yılında, ESOMAR, CASRO işbirliği ile cep telefonları aracılığı ile araştırma yürütmelerine dair ilk kılavuzunu yayınlamıştır. Bu kılavuz, Pazar araştırmaları gerçekleştirmek için, katılımcılarla, onların cep telefonları aracılığıyla ses ya da metin mesaj sistemi (SMS) kullanarak iletişime geçmenin yasal, etik ve uygulamaya dönük esaslarına yönelik olmuştur. O zamanda beri her çeşit mobil cihazların (gelecek nesil telefonlar, akıllı telefonlar, tabletler, taşınabilir bilgisayarlar ve diğer benzer mobil cihazlar) kullanımı tüm dünyada çarpıcı bir biçimde büyümüş ve özellikle akıllı telefon ve tabletler yeni araştırma metodu çeşitlerine olanak sağlamıştır. Bunlar, online araştırmaları, pasif data toplamayı, coğrafi lokasyon ve coğrafi set çekme uygulamalarını, açık uçlu mobil içeriksel datayı, online günlükleri ve insanların kendilerinin ve başkalarının günlük hareketlerini kaydedebildikleri ve bazen taşınabilir fotoğraf ve video teknolojilerinin avantaja dönüştüğü mobil etnografinin diğer yöntemlerini kapsar.

Bir diğer taraftan mobil pazarlama uygulamaları, çok yönlü ve büyük miktarda ilerlemeye devam etmektedir. Bu uygulamalar geniş ölçüde kişisel veri de toplayabilmekte ve tüketiciler tarafından, ne tür datanın toplandığı ve ne amaçla kullanılıyor olduğu her zaman net olarak bilinmemektedir. Kullanım amaçları açık ve net bir şekilde ifade edilmemekte ve tüketiciler sıklıkla kullanım koşullarını göz ardı etmektedir.

Oldukça fazla miktarda kişisel verinin oldukça kolay biçimde toplanıyor olması, mevcut yasaların, bireylerin kişisel data toplandığına ve bu dataları paylaşımına dair farkındalığı ve bilgilendirilmeleri hakkında yeterli garantiyi sağlayıp sağlamadığını sorgulayan düzenlemelere neden olmuştur. Bildiri, karar, onay, güvenlik ve hesap verme mecburiyeti özel odak alanlarını oluşturmaktadır.

Tüm bu nedenlerle, ESOMAR'ın bundan önceki kılavuzunu, pazar, sosyal ve fikir araştırmalarının mobil cihazlar vasıtasıyla yapılmasını içerecek şekilde genişletmesi kritiktir. Bu maksatla, ESOMAR, Mobil Pazarlama Araştırmaları Kuruluşu ( Mobile Marketing Research Association) ile işbirliği içerisinde bu yeni kılavuzu geliştirmiştir. Bu kılavuzun amacı, bireylerle gerçekleştirilen, araştırma amaçlı iletişimlerde, saygılı bir ilişkiyi temellendirmek ve araştırmacıları, mobil pazar araştırmaları yürütmelerinde, yasal, etik ve uygulamaya dayalı esaslara dair yönlendirmektir.

### 1.1. Kapsam

Bu kılavuz, Pazar, fikir ve sosyal araştırmaları için, mobil araçlarla (cep telefonları, tabletler ve diğer mobil bilgisayar cihazları vb.) bilgi toplamayı içerir. Tek bir Pazar araştırması için birbirinden farklı birçok faaliyeti tanıır. Bunlar, kişisel iletişim ve sosyal medya ağlarına erişimi içine aldığı gibi, reklam ve doğrudan pazarlama aktivitelerini de kapsar. Araştırmacıların, Pazar araştırması amacıyla toplanan kişisel verileri, pazar araştırmaları dışında hiçbir amaç doğrultusunda kullanılmasına izin vermemeleri gerekmektedir.

Bu dökümanda, “şart” (“must”) kelimesi, araştırmacıların, ICC/ESOMAR Kodu ile uyumlu olmak adına takip etmek zorunda oldukları durumlar için kullanılmıştır. “Gereklilik” (“should”) kelimesi ise, bir prensibin uygulaması tanımlanırken kullanılmıştır. Bu kullanım,

araştırmacıların, araştırmanın dizaynına göre, bir prensibin uygulaması için, farklı yollar seçebileceğinin farkına varılmasını amaçlar.

Bu kılavuz, Pazar ve Sosyal Araştırmalarda ICC/ESOMAR Kodu ve bu dökümanın sonunda belirtilen, aynı zamanda [www.esomar.org](http://www.esomar.org) adresinde bulunan diğer ESOMAR kılavuzları ile birlikte okunmalıdır.

## 1.2 Tanımlar

**Onay**, özgürce verilen ve kişisel verilerin toplanacağı ve işleneceği veri konusunda bilgilendirilmiş anlaşmaları kasteder. Pazar araştırmasında, bu onay, katılımcının, araştırmada toplanacak verinin doğasına, kullanım amacına, veriyi bulunduracak kimse ya da kuruluşa dair net bir şekilde bilgilendirilmesinin ardından tamamen gönüllü olarak verdiği cevaba bağlıdır. Katılımcı, her an araştırma projesi görüşmesi işbirliğinden vazgeçerek, onayını geri çekebilir.

**Pazar araştırması**, sosyal ve fikir araştırmalarını da kapsar, kişiler ya da kurumlarla ilgili bilgilerin, içgörü oluşturmak ve karar verme sürecine destek sağlamak amacıyla, uygulamalı sosyal bilimlerin istatistiksel ve analitik metodları kullanılarak sistematik olarak toplanması ve yorumlanmasıdır. Katılımcıların kimlik bilgileri, kişilerin açık onayı olmadığı sürece, bilginin kullanıcıya açıklanmaz, bu kişilere, sağladıkları bilgiler doğrultusunda, satış başlantılı yaklaşım yapılmaz.

**Gizli müşteri**, bir kişinin müşteri rolü oynamak suretiyle, lokal iş yerine gönderilerek, işyeri ya da çalışan performansının yapılandırılmış protokole göre değerlendirildiği bir çeşit gözlem çalışmasıdır.

**Kişisel veri**, bazen “kişisel bilgilerin belirlenebildiği bilgi” (personally identifiable information (PII) )olarak anılmaktadır. Anlamı, kişinin kişisel bilgileriyle ilişkili ya da belirlenebilir kişi ile ilgili her türlü bilgidir. Örneğin, karşılaştırılabilir bir kuruluşun ya da bir firmanın aksine özel bir kişi bilgisi. Belirlenebilir bir kimse, doğrudan ya da dolaylı olarak özellikle, kimlik numarası ya da kişinin, fiziksel, psikolojik, mental, ekonomik, kültürel ya da sosyal özellikleri ile belirlenebilen kişidir. Bazı araştırma tipleri, bu tip bilgiler içermezken, içerdikleri, fotoğraf, video veya ses kayıtları ya da diğer kişisel bilgiler nedeniyle yine de kişisel veri içerebilir.

**Araştırmacı**, bir pazar araştırması projesinde, projeyi gerçekleştiren ya da danışmanlık rolünü üstlenen, kurum ve kişilerle, müşteri kuruluşlarında bu rolde bulunan, teknoloji sağlayıcı olarak görev yapan kişileri ve tüm taşeron kurum ya da kişileri kapsayacak şekilde tanımlanır.

**Araştırma kullanıcısı ya da müşteri**, pazar araştırma projesinin tümü ya da herhangi bir kısmını talep eden, görevlendiren, ya da abone olan birey veya kurumdur. Araştırma kullanıcısı, araştırmanın tüm sonuçlarına sahip olmakla birlikte, katılımcının bilgilendirilmiş onayı olmadığı sürece, kişisel bilgileri içeren verilerin sahibi olamaz.

**Hassas veri**, kimliği belirlenebilir kişinin ırk ya da etnik kökenine, sağlığına ya da cinsel hayatına, suç kayıtlarına, politik fikirlerine, dini ya da felsefi inançlarına ya da işçi sendikası üyeliğine dair herhangi bir veri anlamı taşır. Bazı ülkelerde, gelir ya da diğer finansal bilgiler,

finansal belirleyiciler ve devletin yayınladığı veya finansal kimlik dokümanları “hassas” olarak değerlendirilmektedir.

## 2. TEMEL PRENSİPLER

Uluslararası ICC/ESOMAR Kodu'nun tüm çekirdek temel prensipleri, mobil Pazar araştırmalarında geçerlidir. Bu kısım, bu prensiplerin, bu anlamda işlevselleştirilmesi gerektiğini tanımlar.

### 2.1 Pazar, Sosyal ve Fikir Araştırmalarını Amacına Göre Ayırma

Araştırmacılar, Pazar araştırması projesi kapsamında topladıkları verilerin Pazar araştırması haricindeki herhangi bir amaç doğrultusunda kullanılmalarına izin veremezler. ICC/ESOMAR Kodu, araştırmacıların, katılımcılarla yaptıkları anlaşmalarda oldukça şeffaf olmalarını ve farklı amaçlı projeleri Pazar araştırma projesi olarak yanlış tanıtmamalarını gerektirir. Anlaşılabilirliğe yardımcı olmak ve araştırmacının ve genel olarak Pazar araştırmalarının itibarını korumak için,

Araştırmacı araştırma servisini sunmalı ve bu servisleri uygulayan organizasyon yahut kurum bunların, araştırma dışı aktivitelerden farkını net bir şekilde ortaya koymalıdır. Bu anlamda aşağıdaki hususlar tavsiye edilir:

- Kurumların gizlilik politikaları, promosyonel alt yapıları ve referans farklılıkları sundukları diğer servisleri ve farklı pazar araştırmalarını diğer aktivitelerden ayırır;
- Katılımcı ve diğer kişilerin Pazar araştırmasını gerçekleştiren araştırmacılarla iletişimi kolay olur, araştırma projesine dair taleplerini veya şikâyetlerini dile getirmek için araştırma dışı kurumlar veya personel ile ilişki kurmak ve buna dair karışıklık yaşamazlar;
- Potansiyel bir araştırma katılımcısı ile iletişimde kullanılan giriş, görüşmenin amacını net bir biçimde tanımlamalı ve böylelikle bu potansiyel kişi, uygulamanın araştırma amacı taşıyıp taşımadığına dair bir izlenim ile baş başa bırakılmamış olur.

Bu gereklilikler, araştırmacıları, kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri toplama amacı taşıyan ve yanlış biçimde sunulan araştırma dışı aktivitelerden korumaz ve özellikle bilgilendirilmiş onayın her katılımcıdan alınmış olması dışında hiçbir durumda, kişisel bilgilerin belirlendiği veri araştırma dışı amaçlarla kullanılmaz. Her durumda, kurumun Pazar araştırması ve diğer aktivitelerini bir arada yürütme hakları, ilgili yasalar ile, bu faaliyetlerin açıkça farklılaştırılmasıyla ve ayrı ayrı gerçekleştirilmesiyle kısıtlanır. Bununla birlikte bu gereklilikler, açıkça ayrıştırılmaları, ayrı ayrı yürütülmeleri ve ilgili yasalarla uyum içinde işlemeleri dâhilinde, kurumun, hem araştırma projesini hem de diğer faaliyetlerini yürütme haklarını kısıtlayıcı bir rol üstlenmemektedirler.

### 2.2 Yasalarla Uyumluluk

Mobil teknoloji ve iletişim, bazı ülkelerde hızla gelişmekte, diğerlerinde de daha yavaş bir süreçte ilerlemektedir ve yasal çerçeve halen şekillenme aşamasındadır. Yalnızca birkaç ülke mobil araç kullanıcıları ile istenmemiş iletişim ve etkileşim üzerine yasal parametreler üzerine

eğilmektedir. Düzenleyici boyut, mobil cihazların sağlamış olduğu çoklu iletişim ortamı nedeniyle karmaşık bir yapıya sahiptir. Daha ötesi, trafikte araç kullanırken cep telefonlarının kullanılması gibi özellikle cep telefonu kullanıcıları için ulusal yasalar bulunabilmektedir. Bu gibi düzenlemeler, mobil cihazlarla, araştırma projesi gerçekleştiren, araştırmacıyı dolaylı olarak, etkileyebilir ve yasal yükümlülükler getirebilir.

Araştırmacının, bu kılavuzda belirtilenden farklı olarak bölgesel, ulusal ve yerel kanun ve düzenlemelerin, aynı şekilde belki daha katı standartları olan kültürel eğilimlerin farkında olması ve bu kurallara uyum içerisinde olması oldukça kritiktir. Bazı ülkelerde antispam yasaları talep edilmeyen metin veya e-posta gibi yaklaşım veya mesajları yasaklamaktadır. Bu gibi yasaların bulunmadığı ülkelerde, internet hizmeti sağlayıcıları (ISPs) ya da mobil hizmet sağlayıcıları, müşterilerini talep etmemiş oldukları iletişimlerden korumak adına kendi politikalarına sahiptirler.

Her durumda, bireylerin kurumla var olan ilişkileri nedeniyle, araştırma için iletişime geçilebileceği anlamlı bir beklentisinin olması dışında, yasaların bu iletişime izin vermesi halinde bile, araştırmacılar, potansiyel katılımcılara karşı, gizlilik ve ihlal ve istenmeyen e-posta yaklaşımları konusunda bilinçli olmalıdır. Araştırmacılar, konu başlığında amacı belirtilmiş ve metin kısmında mümkün olduğunca kısa ve net biçimde ifade edilmiş ve böylece karmaşıklıktan mümkün olduğunca kurtarılmış e-postalar kullanmalıdır. Bu durum, anında mesajlaşma ve SMS'ler için de geçerlidir.

Cep telefonu aramaları konusunda araştırmaların, düzenlemelerin ticari amaçlı istenmeyen aramaları kısıtladığı ancak araştırma amaçlı aramalara izin verdiği durumlarda, araştırma özellikli cep telefonları aracılığıyla "iletişim kurulmayacak liste" ve sabit hat numaralarına uygun hareket etmeleri gerekmektedir.

Bazı ülkelerde, her türlü talep edilmeyen aramaların yapılacağı saat aralıkları bulunmaktadır ve bunlar cep telefonu araştırmaları için de göz önünde bulundurulmalıdır. Cep telefonu numaraları katılımcıların lokasyonunu nadiren belirtmekte ve bu sebeple, araştırmacı, katılımcının bulunduğu lokasyondaki zaman farkını ve bu sebeple zamana, lokasyona ve duruma bağlı rahatsızlıkları öngörmelidir. Bu gerekliliklerin yokluğunda, araştırmacı, sabit hat araştırmaları için aynı arama saatlerini gözlemlemelidir. Kurumlar arası sektör araştırmaları için, kabul edilebilir zaman aralığı, çalışma saatleri aralığıdır. Aynı dikkat ve özen, cep telefonlarına gönderilen mesajlarda, katılımcının mesajı "normal zaman" aralığı dışında kalan zamanlarda almaması için de sergilenmelidir.

Araştırmacılar, bazı ülkelerde otomatik arayıcıları ve rastgele telefon arayıcıları<sup>1</sup> gibi diğer otomatik arama araçları için mevcut kısıtlamaları göz önünde bulundurmalıdır. Bazı ülkeler<sup>2</sup> bu ekipmanların kullanımına, kişinin daha önceden otomatik arama ekipmanları için verilmiş açık izni olması durumunda(örneğin kişinin erişim paneli üyesi olması) izin vermektedir.

Otomatik arama ekipmanlarının izinli ve kullanıldığı yerlerde, “terk edilmiş ve sessiz”, canlı görüşmecinin anında mevcut olmadığı görüşmelere izin verilmemektedir.

### 2.3 Onay ve Bildiri

ICC/ESOMAR Kodu, araştırma katılımcılarının işbirliği, araştırmanın amacı ve doğasına dair verilmiş yeterli bilgi ve katılım anlaşması gerekliliğini temel alması gerektiğini açıkça belirtir. Bazı ülkelerde yürürlükte olan veri koruma yasaları, katılımcıların, kişisel verilerinin de araştırma kapsamında alınacağına dair bilgilendirme yapılmasını gerektirmektedir.

Bu nedenle araştırmacılar kişisel bilgileri içeren veri toplamadan ve bu verileri işlemeyen önce, araştırmaya dahil olan her bir katılımcıdan bilgilendirilmiş onay almalı, ne tür bilgilerin toplanacağı, bu verilerin toplanma amacı, nasıl korunacağı, kimlerle ve hangi formda paylaşılacağı gibi konularda tamamen şeffaf davranılmalıdır. Bu konularda yapılan bilgilendirme öne çıkmalı, net ve kısa olmalıdır. Katılımcılar asla yanıltılmamalı, yanlış bilgilendirilmemeli ya da kandırılmamalıdır. Araştırmaya katılım her zaman gönüllülük ilkesine dayanmalı ve katılımcıların görüşmeyi istedikleri anda iptal etme ve kişisel verilerinin silinmesi talebine izin verilmelidir.

Araştırmanın herhangi bir aşamasında, araştırma planında bir materyal değişikliği olursa (örneğin, lokasyon gibi ek pasif veri toplama ya da kişisel bilgiler içeren verinin araştırma kullanıcısı müşteri ile paylaşılması gibi), katılımcıların, görüşmenin devamına dair önceden bilgilendirilmiş bir seçim yapabilmeleri adına, uygulamadan önce bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Araştırma veri toplamanın çoklu dalgalar halinde yapıldığı bir modele sahipse, ya da aylara veya uzun zamana uzanacak bir yapıdaysa, araştırmacılar, katılımcılardan, toplanan veriye, veri toplama nedenlerine ve verilerin kullanım amaçlarına dair periyodik olarak, bilgilendirilmiş onay almalıdırlar.

Araştırma amaçlı veri toplamanın diğer formlarında olduğu gibi, araştırmacılar, mobil araştırma katılımcılarını gizlilik politikalarına, kişisel verilerin nasıl toplandığına ve kullanıldığına dair bilgilendirmelidir. Gizlilik politikasının standart elementleri aşağıda belirtilen öğeleri içermelidir:

- Araştırmayı yaptıran şirketin bilgilerini, araştırmanın iş sürecindeki yeri, ve gerekli iletişim bilgileri; gizlilik garantisi;
- Araştırma doğasının ve amacının yanıltılarak aktarılmamakta olduğuna dair güvence;
- Tüm araştırmanın gönüllülük ilkesine dayandığı ve katılımcıların, istedikleri an görüşme iptali, kişisel verilerinin silinmesi ya da düzeltilmesi talebinin karşılanacağına dair hatırlatma;
- Kullanılacak veya yakalanacak izleme, çerezler, etiketler ya da pasif veri toplamaya dair net ifade;
- Çocukların katılımcı olduğu araştırmaların, ne şekilde gerçekleştirildiğine dair net ifade;
- Kişisel verilerin nerede tutulacağı ve nasıl korunacağına dair tanımlar.

Gizlilik politikasında gerekli elementlerin detaylı anlatımı [Online Araştırmalar İçin ESOMAR Kılavuzu \(The ESOMAR Guideline for Online Research\)](#)'nda Appendix 2'nin, bölüm 2.3. bölümünde bulunmaktadır. Burada aynı zamanda, bir gizlilik örneği de yer almaktadır.

Gizlilik politikaları, mobil cihaz aracılığı ile gönderilecekse, mobil cihazların ekranlarındaki karakter kısıtlılığı, tüm gizlilik politikasının ekranda görülmesini zorlaştıracaktır. Bu nedenle araştırmacılar, bu bilgiye erişime dair maksimum rahatlığı ve minimum maliyeti sağlayacak bir çözüm sağlamalıdır. Stratejiler değişebilmekle birlikte, gizliliğin nasıl korunacağı ve verinin nasıl kullanılacağını aktaran kısa üst ifade ile katmanlı hiper metin dokümanı, ikinci seviyede araştırma amacı ve genel prensiplerini anlatan genel tanıtım ve üçüncü olarak araştırmanın kişisel veriyi nasıl kullanacağına dair detaylı tüm yanların aktarıldığı bir bölüm çözümlerden biri olabilir.

Katılımcılar ayrıca toplanan veriyle ilgili yasalara dair de bilgilendirilmelidirler. Avrupa'da ESOMAR araştırmacının topladığı verinin toplandığı yerdeki yasalara uygun hareket etmesini ve veri birden fazla ülkede toplanmakta ise, veriler toplanmanın, diğer ülkelerdeki yasalarla da uyum içinde yürütülmesini gerektirmektedir. Katılımcıların ikamet etikleri ülkelerin bilindiği durumlarda, araştırmacılar, o ülkenin Avrupa'dan farklı yasaları olabileceğini gözeterek, kendi yasalarına uygun ilerlemelidirler. Örneğin, diğer Avrupa ülkelerinden farklı olarak Almanya ve İtalya'da daha sıkı yasalar bulunmaktadır. Avrupa'da bu alandaki yasalar halen netleştirilmekte ve ESOMAR tarafından takip edilmektedir.

Tüm bu sorunların yanında ESOMAR araştırmacılara, katılımcının bakış açısı ve araştırmaya katılım durumunda kendi ülkelerindeki yasalara bağlı kalınacağı beklentisi içinde olunacağını düşünülmesini tavsiye etmektedir.

#### 2.4 Kişisel Verinin Korunması

Veri gizliliği düzenlemeleri yalnızca kişisel verilerin belirlenebildiği veriler için geçerlidir. Bu düzenlemeler, bireylerin belirlenmesinin mümkün olmadığı veriler için geçerli değildir. Örneğin, isim, adres, e-posta adresi ya da telefon numarası içeren veriler, kişisel bilgilerin elde edilebildiği verilerdir. Coğrafi lokasyon, posta kodu gibi diğer bilgilerle kombine edilebilecek veriler de bu veri grubuna girmektedir.

Araştırmacı, pazar araştırması için toplanan veri setleri veya kişisel bilgileri içeren diğer materyallerin (fotoğraf, kayıt, kâğıt dokümanlar vb.) güvenli bir biçimde tutulduğuna ve yalnızca Pazar araştırması amacı için kullanıldığına emin olmak zorundadırlar. Kişisel verilerin belirlenebildiği veri, araştırma kullanıcılarına, sadece katılımcıların açık istek ve onayları ve vermiş oldukları bilgilerin sonucu olarak kendilerine ticari faaliyetler kapsamında kullanılmayacağını anlamış olmaları durumunda aktarılabilir. Araştırmacılara, araştırmanın kullanıcıları ile bu gerekliliğe uyulmasına dair yazılı anlaşma sağlamaları tavsiye edilmektedir. Araştırma amacıyla elde edilen kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri, araştırma dışı amaçlarla kullanılamaz. Bununla birlikte, anonimleştirilen veri artık kişisel bilgilerin belirlenebilmesini imkânsız hale getiriyorsa, araştırma kullanıcıları müşteriye gönderilebilir ve farklı amaçlarla kullanılabilir.

Araştırmacılar, bazı kişisel bilgileri içeren verilerin “hassas” olarak tanımlanabileceğini ve bu nedenle bu veriye daha büyük bir özenle davranılması gerektiğini anlamalıdır.

Mobil cihazlardan yapılan gibi daha yeni veri toplama metodlarının iki özelliği, kişisel verilerin korunmasını daha karmaşık bir hale getirmektedir: (1) araştırma kullanıcısının araştırma sürecine daha fazla dahil olması ve (2) kısalan döngü süresi. Bu sebeple araştırmacıların, aralıtıma kullanıcılarının kazara kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri olarak tanımlanan verileri duyma ya da görme potansiyelini algılamaları ve araştırmayı bu riski minimize edecek şekilde tasarlamaları gerekmektedir. Aynı şekilde, online portal uygulamaları ile yapılacak ara teslimatların veya araştırma materyallerinin paylaşımının, en son teslim edilecek olan final teslimatta yapılacağı gibi aynı koruma tedbirlerinin uygulanması gerekmektedir.

Veri gizliliği düzenlemeleri, normal olarak, kendi adlarını içeren kayıtları görmeleri ve gerek varsa üzerinde düzeltme yapabilmeleri adına, bireyin kişisel bilgilerin belirlenebildiği veriye erişimin netleştirmektedir. Bu erişim hakkı, veri anonimleştirildikten sonra ortadan kalkmaktadır.

Veri toplamanın gerçekleştirildiği ülkeden farklı üçüncü bir ülkeye gönderilmeden önce, araştırmacı veri transferinin yasal olup olmadığından emin olmalı ve verinin korunması adına yeterli güvenliğin sağlanması için, makul ölçüde her adım atılmalıdır. Farklı bir ülkede katılımcılardan veri toplamak için “Uzak” sunucu kullanılıyorsa, ya da veri uluslararası “bulut” ortamında işleniyorsa, aynı şekilde hareket edilmelidir. Araştırmacı bu işlemi, gizlilik politikalarında belirtmeli, katılımcılardan veri transferi için izin alırken, kişisel verilerin korunması için uygun tedbirleri sağlamalıdır.

Yüksek hassasiyetler doğrultusunda, kişisel bilgilerin belirlenebildiği verinin genel umumi alanda ve düzenleyiciler kapsamında, araştırmacılar veri transferi veya paylaşımına dair daima tutucu bir yaklaşım sergilemeli, tüketici güvenini zedelememeyi ve yasal düzenlemeler kapsamında yürütmeleri takip etmeyi akıllarında bulundurmalarıdır.

## 2.5 Zararsızlık Temini

ICC/ESOMAR Kodu'nun bir diğer temel prensibi gizli ve özel bireyler olan araştırma katılımcılarının, haklarına saygı duyulmasının, araştırmaya katılımlarının doğal ve doğrudan sonucu olarak, kişilerin zarar görmemelerinin veya olumsuz olarak etkilenmemelerinin sağlanmasıdır.

Araştırmacılar, katılımcının mobil cihazına kayıtlı kişisel bilgiler içeren verinin, potansiyel olarak, cihazın çalınması ya da başkaları tarafından kullanılması durumunda, kullanıma açık olduğunun, farkında olmalıdırlar. Örnekler, bu tip cihazlara indirilen veri toplama uygulamaları aracılığıyla kaydedilen veriyi, etnografik bir araştırma için çekilmiş olabilecek fotoğrafları ve veri aktarımı için kullanılabilecek olan mesajları (SMS ya da e-posta) içermektedir. Katılımcıların bu risklerin farkında olmaları önemlidir. Araştırmacıların, uygulamaları gerçekleştirirken, kişisel bilgi içeren veriyi, veri şifrelemek, cihazı için şifre koruması uygulamak, ya da katılımcılara, araştırmanın sonunda tüm kişisel verilerin nasıl silinmesi gerektiğine dair bilgi vermek gibi yöntemlerle korumaları gerekmektedir.



Genel araştırma yöntemlerinden farklı olarak, mobil araştırma katılımcıları, araştırmaya katılımları sonucunda, masrafa maruz kalabilirler. Belirli maliyetler, ülke ve servis sağlayıcıya göre değişmekte iken, veri indirme, online erişim, mesajlar, veri planı fazlası, gezinme ve standart telefon ücretleri için ayrıca maliyet eklenebilir. Eğer mümkünse, araştırmacı bu tip projeleri, katılımcılara ek maliyet oluşturmayacak biçimde tasarlamalıdır. Eğer bu mümkün değilse, araştırmacı bu masrafları karşılamaya hazırlıklı olmalıdır. Mobil katılımcıların, panel ya da veri tabanı örnekleme çalışmalarına katılımında, ek maliyet ve bunu tazminatı, “kayıt” aşamasında netleştirilmeli ve karara bağlanmalıdır.

Araştırmacılar, cihazın pil ömrünü azaltacak uygulamaları aktive etmeden ya da indirmeden önce katılımcıyı bu konuda bilgilendirmelidir. Araştırmacı, katılımcıların, doğrudan araştırmaya katılımları sonucu hiçbir zararın oluşmaması adına mümkün olan tüm önlemleri almalıdır. Bazı mobil araştırma yöntemleri, katılımcıların belirli yerlere gitmeleri ve belirli görevleri yerine getirmelerini gerektirir. Bu gibi durumlarda, araştırmacı, katılımcıları, risk altına sokacak veya kanunlara aykırı olacak herhangi bir davranışta bulunmalarını engelleyecek uyarıda bulunmalıdır. Katılımcılara, mesaj atmamaya aksi halde araç kullanırken mobil cihaz kullanımı, ya da yasak olan bölgelerde ve durumlarda fotoğraf çekilmemesi gibi uyarılar örnek olarak verilebilir.

Araştırma tasarımı cep telefonu aramalarını gerektiriyorsa, araştırmacılar bazen potansiyel katılımcılar bir iş üzerindeyken, dâhil oldukları bir aktivite esnasında ya da sabit hat aramaları için uygun olmadıkları durumlarda, onlarla iletişim kurabilir. Bu, katılımcının trafikte araç kullandığı, makine kullandığı, kamu alanında yürüyor olduğu, ya da arayıcının başka bir ülke ve zaman dilimi içerisinde olduğu zamanlar olabilir. Bu gibi durumlarda, araştırmacı, potansiyel katılımcının, telefon görüşmesine katılımı için, yasal, emniyetli, rahat bir ortamda olup olmadığını sorması ve onaylatması gerekliliğini doğurur. Araştırmacı bu konuda katılımcıdan onay almazsa, katılımcıya uygun olan başka bir zaman öğrenilerek, arama sonlandırılmalıdır.

Daha ötesi, araştırmacı potansiyel katılımcı ile, diğer kişilerin görüşmeyi duyacağı ve böylece gizliliğin etkileneceği faaliyetler, işler ya da sosyal ortamlarda iletişime geçebilir. Katılımcılara yarı özel alanlarda ulaşılması gerektiğinden, araştırmacı, araştırma doğasının içeriğini, katılımcının başkaları tarafından duyuluyor olduğu gerçeği ve ışığı altında, kimlik bilgileri ve katılımcı davranışının olumsuz biçimde ifşa olması ya da cevapların katılımcının o anki durumuna bağlı olarak değişebilme ihtimalini göz önünde bulundurarak değerlendirmelidir. Eğer uygunsa, gizliliğin sağlanması açısından, arama başka bir zaman ya da lokasyona ertelenmelidir.

Son olarak araştırmacı, gizlilik ve ihlalleri düşünerek, katılımcının görüşmeyi gerçekleştirebilecek durumda olmadığını açık olduğu, kişinin görüşme için yetkin olmadığı, ya da çocuk olduğu (uygun bir yetişkinin onayı olması durumunu dışında) durumlarda görüşmeyi sonlandırmalıdır. Katılımcı yetkin kişi değilse, yetki alanı, araştırmacının görüşmeyi devam ettirmesi için farklı metodlarla tamamlaması fırsatını sunar. Katılımcı çocuksa ve bir ebeveyn ya da yasal korumacı tarafından araştırmaya katılım için izin alınmamışsa, araştırmacı görüşmeyi devam ettirmek için ileri gitmemelidir.

## 2.6 .Çocuklar

Araştırmacılar çocuklar ve gençlerle yürüttükleri araştırma projelerinde özel bir dikkat sergilemek zorundadırlar. Çocuğun araştırmaya katılabilmesi ya da cep telefonlarına bir uygulama indirilebilmesi için, çocuk veya gencin kimlik bilgilerine ulaşım kesin olarak mümkün olmadığı durumlarda dahi, ebeveyn ya da yasal koruyucudan doğrulanabilir ve açık bir onay alınmalı ve bunun için tüm makul gereklilikler yerine getirilmelidir.

Araştırmacılar, özellikle çocuklar ve gençlerin yaş aralığı ülkeden ülkeye farklılık gösterdiğinden her bir ülkenin bu yaş aralıkları ile ilgili kanunlarını incelemelidirler. Ulusal tanımlamanın olmadığı yerlerde, 14 yaş altındaki kişilere “ çocuk” 14-17 yaşa arasındaki kişilere “genç” tanımı altında davranılmalıdır. Bu yaşa aralıkları genellikle kişinin akli ve psikolojik gelişimi düşünülerek belirlenmiştir.

Çocuk olabileceği düşünülen bir potansiyel katılımcıdan kişisel bilgi içeren veri toplamadan önce, araştırmacı katılımcının yaşını mutlaka sormalıdır. Eğer katılımcı ulusal olarak “çocuk” tanımına giriyorsa, uygun kişilerden gerekli izin alınmadan çocuk araştırmaya davet edilmemelidir. Araştırmacı çocuğun ailesinin onayını almak için, ailenin iletişim bilgilerini sorabilir. Aileye yöneltilecek izin onayı, 2.3. bölümde belirtilmiş olan araştırmaya dair tüm bilgileri içermelidir.

Çocuklardan toplanan, kişisel bilgilerin belirlenebildiği, yalnızca araştırma maksadıyla kullanılacak ve araştırma dışı amaçlarla kullanılmayacak veri için izin, bir e-posta cevabı olarak ya da farklı metodlarla, ilgili yasalar ve ulusal kodlara bağlı kalarak alınabilir.

Ebeveyn izni gerektirmeyen öncelikler:

- Veri toplama bildirisini sağlamak ve izin almak amacıyla, çocuğun ya da ailenin sadece e-posta adreslerinin toplanması ya da
- Eleme ve ayırma amacıyla çocuğun yaşının temin edilmesi. Eğer bu eleme çocuğun görüşme için uygun olması durumuna yöneliyorsa, ebeveyn izni araştırmaya devam edilebilmesi için bu aşamada alınmalıdır.

Araştırmanın doğrudan sonucu olarak, katılımcıların herhangi bir zarar görmemesi adına tüm makul önlemlerin alındığından emin olunması ardından, çocuk veya gençlere sorulan soruların konuları “hassas” olarak tanımlanmalı ve maksimum özen gösterilerek ele alınmalıdır. Araştırmacılar detaylı bilgileri içeren [Çocuklar ve Gençlerle Görüşmeler için ESOMAR Kılavuzu’nu \(ESOMAR Guideline on Interviewing Children and Young People\)](#) dikkate almalıdır.

## 2.7 Endüstri İtibarı

Araştırmacılar, pazar araştırma endüstrisinin itibarını sarsabilecek hiçbir davranış sergilememelidirler. Kendi gerçekleştirdikleri ya da alıştıkları şirketlerde gerçekleştirdikleri tüm araştırma projelerinde, ICC/ESOMAR Kodu’nu göz önünde bulundurmalı ve Pazar araştırmalarına karşı kamu güvenini sarsacak, faaliyet ve uygulamalara engel olmalıdırlar.

Bazı kişiler, cep telefonlarını kişisel ve özel bir enstrüman olarak algılamaktadırlar. Araştırmacı bu gibi gizlilik kaygılarına karşı hassas davranmalı ve bu nedenle araştırma için cep telefonlarını arama protokollerini sabit hat arama protokollerinden farklılaştırmak zorundadırlar. Örneğin; araştırmacı bilinen bir cep telefonu için “geri aramalar” numaraları ve kalıplarını kısıtlamayı düşünmelidir.

ICC/ESOMAR Kodu’na uygun biçimde, araştırmacılar kendilerini tanıtmalı, gelen arama numaraları mümkünse görünecek biçimde aramaları gerçekleştirmeli, tesis kasti olarak baskı altına alınmamalıdır. Araştırmacı, potansiyel bir katılımcıya sesli mesaj bırakmayı seçmişse (katılımcının geri dönüşünün maliyet oluşturacağı durumlarda), araştırmacı, sesli mesajında, katılımcıya oluşacak maliyetin nasıl telafi edileceği bildirilmelidir.

Uygun olan tüm zamanlarda, aranan partinin ekranda görünen numaradan kimliği belirli olan araştırmacıya ulaşabilmesi mümkün kılınmalıdır. Katılımcının sabit hat üzerinden arayabileceği düşünülerek, ücretsiz bir arama numarasının bırakılması iyi bir uygulamadır.

## 2.8 Raporlama

ICC/ESOMAR Kodu projelerin doğru, şeffaf ve tarafsız olarak raporlanması ve belgelenmesini gerektirir. Bu, araştırma kullanıcısı müşterinin, araştırmacının herhangi bir aşamasının araştırma şirketi dışında üçüncü şahıs veya kurumlar tarafından gerçekleştirildiği durumlara dair bilgilendirilmesini de kapsamaktadır. Araştırma kullanıcısı müşteriye, bu üçüncü şahıs ve ya kurumların kimlikleri aktarılmalıdır.

## 3.1 BELİRLİ SOSYAL MEDYA MECRALARI İÇİN ÖZEL HUSUSLAR

### 3.2 İndirilebilen ve Web Tabanlı Uygulamalar

Araştırmacıların mobil etkileşimli cihazlara uygulama indirmeleri ya da web tabanlı uygulamaları kullanmaları gerektiğinde, katılımcılara izinlerini almak için uygun kanal ve mekanizmaları ve ilgili gizlilik politikalarını okuyabilecekleri bir yer önermeleri gerekmektedir. Araştırmacılar aynı zamanda potansiyel katılımcılara uygulamanın amacını, topladığı veri türü, uygulamanın hali hazırda indirilmiş olan diğer uygulamalara ve cihazın genel olarak toplam performansına etkisini açıklamalıdır. Araştırmacılar, mümkün olduğunca maksimum ölçüde, araştırmacının gerektirdiği uygulamanın aşağıda belirtilen unsurlara sebep olamayacağından emin olmalıdırlar:

- Mobil ayarları değiştiren, indirilen yazılım yüklemesi araştırmacının gerçekleştirilmesi için önemli olanın ötesinde işletim sistemlerinin karışmasına veya diğer uygulamaların düzensiz veya beklenmedik biçimde çalışmasına neden olmaz;
- Yazılım yüklemesi indirilebilen diğer bir yazılımın içine gizlenmiş bir biçimde yüklenebilir ve kurulumun kaldırılması zor olabilir;
- Reklam içeriğine sahip yazılım yüklemesi yazılımın reklam testi amacı haricindedir;
- Yükleme kullanıcıyı bilgilendirmeden ve katılımcıya vazgeçme şansı vermeden otomatikman yazılımı bir üst seviyeye yükseltecek, güncelleme işlemleri gerçekleştirir;
- Veri transferi ya da depolaması sırasında, kişisel bilgileri içeren verinin teşhir edilme riski mevcuttur;

- Kimlik doğasının ve takip eden teknolojiler, kullanıcı bilgilendirilmeden değişebilir; ya da
- Yazılım güncellemelerine dair gizlilik uygulamaları değişikliklerini kullanıcıya bildirmede başarısızlık gösterir; ya da
- Uygulama sağlayıcısı tarafından, kişisel bilgileri içeren veri araştırma dışı amaçlarla kullanılabilir.

Araştırma için takip teknolojilerini uygulayan araştırmacılar, yazılımın dağılımını yönetirken ileriye etkili, proaktif olmalı ve kanal dağılımını güçlü bir şekilde gözlemlemeli ve yüksel müşteri erime oranı gibi normal olmayan olaylar için işaretleri incelemelidirler.

### 3.3 Pasif Veri Toplama

Pasif veri toplama, katılımcıların kişisel bilgilerini içeren veriyi geleneksel soru cevap yönteminin dışında bırakarak elde eden bir araştırma metotları ailesine işaret eder. Pasif veri toplama kaynakları, web tarayıcısı verilerini, müşteri sadakat kartları ve depo tarayıcılarını, mobil araçlarla elde edilen coğrafi lokasyon verilerini ve bazı sosyal medya tipi verilerini kapsar. Mobil teknolojiler büyümeye ve gelişime devam ettiği sürece, mobil cihazlarla bu tip verilere ulaşım mümkün olabilir. Bu gelişmeler, katılımcılara özellikle veri koruma yasalarına uygun olarak toplanan bilgiler konusunda dair şeffaf olmak adına, pazar araştırmalarını diğer faaliyetlerden ayırabilmek için büyük bir ihtiyaç doğurmaktadır.

Pek çok ülkede bu gibi faaliyetler veri gizlilik yasaları<sup>3</sup> tarafından kontrol altında tutulmakta ve bununla birlikte, bu faaliyetler, etik ve yasal kaygılar doğurmaktadır.

Araştırmacılar, bu gibi ya da benzer pasif veri toplama yöntemlerini kullanarak veri toplamadan veya bu veriyi işlemeden önce, ya katılımcının onayını almak zorundadırlar, ya da hassas data veya uygulama indirmeleri için onaya gerek kalmayacak şekilde anonimleştirmelidirler

Pasif olarak katılımcının kullandığı mobil cihaz tipinin algılanmasının mümkün olduğu zamanlarda, cihaz türünün algılanma amacı uygulama performansının optimize edilmesi olduğundan(akıllı telefon – tablet karşılaştırması gibi), kişisel bilgi içeren veri toplamanın aksine, bu veri kişisel bilgi içeren veri değildir.

Bu konuda daha geniş çaplı irdeleme [Pasif Data Toplama, Gözlem ve Kayıt için ESOMAR Kılavuzu](#)'nda ([ESOMAR Guide on Passive Data Collection, Observation and Recording](#)) yer almaktadır.

### 3.3 Fotoğraf, Video ve Ses Kayıtları

Akıllı telefon ve diğer mobil cihazların kullanımı, fotoğraf, video ve ses kayıtları oluşturma, depolama ve transfer etmede araştırmacılara, kullanmakta oldukları metodolojilere entegre

---

<sup>3</sup> Avrupa Gizlilik ve Elektronik İletişimler Yönergesi, trafik verisi ve lokasyon verisi kullanımına dair kısıtlamalar içermekte ve cihazlarla yapılan pasif veri toplama,Avrupa'da tanımlanan kişisel bilgiler içeren veri olamaması durumunda dahi kullanıcıyı onayını gerektirmektedir.

edebilecekleri yeni araçlar sunmuştur. Bu anlamda öne çıkan iki araştırma türü etnografik ve gizli müşteri araştırmalarıdır.

Araştırmacılar, bireyin yüzünün net bir şekilde görüldüğü görüntünün kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri olduğunu kabul etmek zorundadırlar. Bu nedenle, elde edilen, işlenen ve depolanan her bir fotoğrafı video ya da ses kaydı bu şekilde değerlendirilmelidir. Bu görüntü ya da kayıtlar, yalnızca katılımcının onayı alınarak ve hatta bu durumda bile araştırmanın sonucuna ulaşma amacı taşıması durumunda araştırma kullanıcısı müşteri ile paylaşılmalıdır. Anonimleştirilen bilgi (ses değiştirme ya da pikselleme teknolojisi ile) kişisel bilgilerin belirlenebildiği veri tanımından çıktığı zaman araştırma kullanıcısı ile paylaşılabilir ya da araştırma dışı amaçlarla kullanılabilir.

Kılavuz, katılımcı dışında kalan herhangi birinin görüntü veya kayıtlarda görüldüğü ve o kişinin onayının alınmasının uygulanamaz ya da imkânsız olduğu durumları tanıır. Örnekler, mağaza personeli, geçmekte olan yayalar gibi kimseleri içermektedir. Bu kişiler araştırma katılımcısı olarak tanımlanmazken, araştırmacı bu kişilere karşı da, aynı saygı ve gizlilik korumalarını uygulamaya karşı sorumluluk sahibidir.

Bazı gözlem araştırmaları, araştırma katılımcıları olarak belirlenmemiş olan kişileri kamuya açık alanlarda, fotoğraf, video veya ses kayıtlarında bulunmalarını kapsayabilir. Bu gibi zamanlarda, araştırmacılar, bu görüntülerde yüzleri net biçimde görülen veya tanınabilecek kişilerin, görüntülerinin paylaşımına dair onay almalıdır. Eğer onay alınamıyorsa, bu kişilerin görüntüleri de pikselleme ile anonimleştirilmelidir. Ek olarak, o alanda kayıt yapılmakta olduğuna dair net ve okunaklı yazılarla sorumlu kişi veya kurumun iletişim bilgilerini içeren işaretler alana yerleştirilmelidir. Kameralar yalnızca gözlem yapılması amaçlanan alanlara yerleştirilmelidir.

Araştırmacılar, ayrıca katılımcıları, kayıt yapılması yasak olan devlet binaları, bankalar, okullar, havaalanı güvenlik alanları, gibi kamera kaydının yasak olduğunu belirten işaretlerin bulunduğu alanlar yapılan fotoğraf çekimleri ve kamera kayıtları hakkında uyarmalıdır. Her durumda, araştırmacı o lokasyona ait yasalar ve geleneklerin farkında olmalı araştırmayı bu çerçeveye uygun gerçekleştirmelidir. Uygulama detayları [Pasif Data Toplama, Gözlem ve Kayıt için ESOMAR Kılavuzu](#)'nda ([ESOMAR Guide on Passive Data Collection, Observation and Recording](#)) yer almaktadır.

Son olarak araştırmacılar, çocukları fotoğraflarken ya da kaydederken, özel bir dikkat sarf etmelidirler. Ebeveyn veya yasal koruyucu izni olmadan alsa kayıt alınmamalıdır. Bu gereklilik araştırmacının arka fonda gelip geçmekte olan çocukların dahi görüntülerinin çekilmesine engel olmasını hatta gerektirmektedir. Kasti ve farkında olmadan çekilmiş çocuk görüntülerinde yüzler maskelenmeli ya da görüntü sayısallaştırma (pikselleme) yapılarak kimlikleri korunmalıdır.

Tüm kişisel bilgilerin belirlenebildiği verilerde olduğu gibi araştırmacılar, veri paylaşımı ve transferi konusunda oldukça tutucu bir tavır sergilemeli araştırmacının başında, araştırma kullanıcısı ile bu konuyu net biçimde belirten yazılı bir anlaşma yapmalıdırlar.

### 3.4 Gizli Müşteri

Gizli müşteri, öze bir durumu temsil etmektedir çünkü araştırmanın oldukça doğal yöntemle katılımcıları olan denekler araştırmanın içinde yer aldıklarının ve gözlemlendiklerinin farkında değildirler. Gizli müşteri araştırmaları yürüten araştırmacılar, bireyin gizliliğinin mümkün olduğu kadar korunduğundan ve araştırma sonucunun katılımcının aleyhine kullanılmamasından ya da sonucunda zarar görmemesinden emin olmak zorundadırlar. Kişisel veriler korunmalı ve katılımcı kişinin onayı olmadığı sürece hiçbir fotoğraf veya kayıt müşteri ile paylaşılmamalıdır.

Daha detaylı irdeleme için [Gizli Müşteri Çalışmaları için ESOMAR Kılavuzu \(ESOMAR Guideline on Mystery Shopping Studies\)](#) incelenmelidir.

### 3.5 Rastlantısal Veri

Bulduğumuz dijital çağda, günlük işlemler veya faaliyetler sonucunda kişisel veri kayıtları oluşturmak için oldukça fazla fırsat bulunmaktadır. Bir cep telefonu, yalnızca kişiye gelen aramalar ve kişinin yaptığı aramalar dışında kişinin yaklaşık lokasyonu ve bağlı oldukları mobil şebeke bilgilerine de ulaşımı mümkün kılmaktadır. Tüm bu veriler yasal olarak müşteri faturalamaları veya arama aktarmaları için kullanılmaktadır.

Bu gibi kişisel veriler, limitli çeşitte bilgiler sağlasa ve genel araştırma öngörülerini için kısıtlı olsa da bu gibi amaçlar veya yönetimsel amaçlar için işlenebilir.

Bu veriler, kişisel indirimler önermek için sıkça aranan numaraların tespit edilmesi veya özel teklifler sunmak için sıkça gerçekleşen uçuş destinasyonlarının belirlenmesi gibi amaçlarla analiz edilmemelidir.

Davranışsal verilerin araştırma değeri, bu tip veriler, tüketicinin alışkanlıkları, tutumu veya karakteristik davranışlarını içeren başka veriler ile kombine edilerek kullanıldığında ortaya çıkmaktadır. (Bu genelde veri tabanı geliştirmeye yöneliktir.) Belirtilen kriterlerin karşılanması durumunda bu işlem gerçekleştirilebilir:

- Geliştirme,verinin analitik değerini yükseltme gibi net bir araştırma amacına hizmet ettiğinde;
- Araştırma katılımcısı bilgilendirildiğinde ve onayı alındığında; geliştirmenin sonucunda katılımcıya karşı bir aksiyonun (pazarlama mesajları vb.) alınmayacağı durumda ve
- Geliştirme ya da eşleştirme süreci katılımcının onayı olmadan kişisel bilgilerini ifşa etmeyeceği durumlarda.

### 3.6 Uygun Dizayn

Katılımcılarla mobil araçları üzerinden gerçekleştirilen araştırmalarda, katılımcıya düşen ve verilen görevlerin (anket, günlük ya da tartışma forumu vb.) cihaz kullanımının optimum seviyede gerçekleşmesi için uygun uzunlukta ve formatta verildiğinden emin olunmalıdır. Araştırmanın devam eden aşamalarında, mevcut kanıtlar, mobil cihaz kullanıcılarının diğer telefon ya da focus gruplarındaki birebir görüşmelerin aksine araştırmacıyla kısa süren etkileşim beklentisi içinde oluklarını göstermektedir. Bazı mobil cihazlardaki küçük ekran boyutu nedeniyle, direktiflerin, soruların ya da formların kısa ve net olması oldukça önemlidir. Mobil teknolojilerin doğası gereği, katılımcıların dikkatlerinin dağılması,

konsantrasyonlarının bozulması, bağlantı kesilmeleri ya da hat düşmeleri daha kolay gerçekleşmektedir.

Anekdotsal raporlar katılımcıları cep telefonlarında online tutmanın sabit hatta tutmaktan daha zor olduğunu gösterir ve aynı özen cep telefonları ile yürütülecek araştırma projeleri tasarlarken de gösterilmelidir.