



 *Integrated solutions for market research.*

 **Net-MR™ Software**

 **Global Panels**

 **Service Bureau**



ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНГРЕСС «МАРКЕТИНГ И ИССЛЕДОВАНИЯ - 2008: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ»

Сообщение:

**«ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ:
МИРОВАЯ ПРАКТИКА И
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В
РОССИИ»**



 *Integrated solutions for market research.*

 **Net-MR™ Software**

 **Global Panels**

 **Service Bureau**

ВВЕДЕНИЕ

- Маркетинговые исследования в сети Интернет стремительно набирают популярность во всем мире
- В 2005 году доля онлайн исследований составила около 30% (по данным Inside Research и Cambiar)
- Объем рынка Интернет исследований в 2005 году составил более \$4 млрд



ПОЧЕМУ ОНЛАЙН?

Глобальная смена подхода к исследованиям рынка:

ОТ ИССЛЕДОВАНИЙ,
РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ ТЕРРИТОРИИ,
К ИССЛЕДОВАНИЯМ,
РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИМ
**ГРУППЫ ЛЮДЕЙ С ОПРЕДЕЛЕННЫМ
СТИЛЕМ ЖИЗНИ И ОСОБЕННОСТЯМИ
ПОТРЕБЛЕНИЯ**



Преимущества онлайн исследований

- **Выборки целевой аудитории** - массовые онлайн панели позволяют строить сложные квотные выборки, а также изучать потребителей определенных продуктов и услуг, в том числе редких и эксклюзивных
- **Изучение платежеспособной аудитории** – Интернет пользователи являются социально и экономически активными людьми со средними и высокими доходами
- **Экономия времени** – сотни и тысячи интервью в режиме онлайн могут быть проведены в течение всего нескольких дней
- **Быстрые результаты** – клиент следит за результатами исследования в режиме реального времени
- **Контроль качества заполнения анкет** - программный контроль ограждает респондента от ошибок и не позволяет пропускать вопросы
- **Удобство для респондентов** – приятный интерфейс позволяет быстро и с интересом заполнять анкеты
- **Расширенные медиа-возможности** – в анкету можно включать имиджи, фотографии, аудио фрагменты, видео клипы и т.п.
- **Широкая география исследований** – онлайн панель охватывает население более 500 населенных пунктов России.
- **Экономия средств** – онлайн исследования позволяют экономить до 50% исследовательского бюджета
- **Мониторинговые и трекинговые исследования** – возможность «держать руку на пульсе» потребителя, проводя регулярные замеры

РЕСПОНДЕНТЫ

- Посетители веб-сайтов компаний
- Клиенты/сотрудники компаний (при наличии баз данных с e-mail адресами)
- Участники потребительских и специализированных онлайн панелей (B2C и B2B)



ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ПАНЕЛЕЙ

- Репрезентативность онлайн панелей
- Один человек участвует сразу в нескольких панелях
- Один человек участвует в одной и той же панели несколько раз под видом разных людей, указывая разные электронные и почтовые адреса
- Человек указывает ложные данные о себе
- Респондент указывает ложную информацию в анкетах
- Респондент отвечает на анкету, не читая (бездумно кликает)



ОНЛАЙН ПАНЕЛИ: ОТРАСЛЕВЫЕ СТАНДАРТЫ ESOMAR

- Рекрутирование участников
- Верификация
- Проверка достоверности информации
- Стимулирование респондентов
- Обеспечение функционирования панелей
- Аудит панелей

**КЛИКНИТЕ ЗДЕСЬ,
ЧТОБЫ ВОЙТИ В КОМАНДУ**

- > Что говорят наши члены
- > Последние новости
- > Пользовательское соглашение
- > Политика конфиденциальности

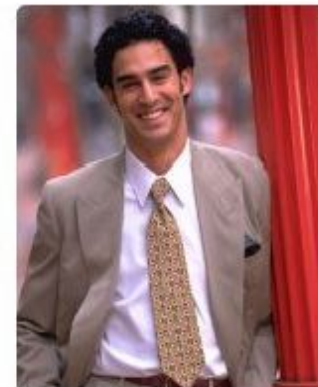
GMI обслуживает свыше 300 клиентов занятых маркетинговыми исследованиями. Вам предоставляется возможность участвовать в опросах, полученных от любого числа этих исследователей "ГЛОБАЛ ТЕСТ МАРКЕТ".

Вы можете получить исследования от ...



О "Глобал Тест Маркет"

- "ГЛОБАЛ ТЕСТ МАРКЕТ" – это уникальное сетевое сообщество, в котором потребители со всего мира имеют возможность участвовать в разработке новых продуктов и услуг.
- Члены открывают для себя и испытывают новые продукты и услуги, зарабатывая тем самым очки MarketPoints, сетевую валюту, обратимую в наличные.
- Членство бесплатно
- "ГЛОБАЛ ТЕСТ МАРКЕТ" было задумана для Вас. Благодаря Вашему участию, Вашим идеям и Вашим мнениям, "ГЛОБАЛ ТЕСТ МАРКЕТ" превратилось в ценный источник изучения мнения потребителей.



Как это делается?

Вас пригласят принять участие в ряде опросов, благодаря которым Вы получите возможность оказывать влияние на разработку новых продуктов и услуг.

Готовы присоединиться?

Войдите в команду сегодня и начните оказывать влияние на процесс разработки новых продуктов и услуг.



НАЗНАЧЕНИЕ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЙ

- Оценка удовлетворенности клиентов (продуктами, услугами или Веб-сайтом компании)
- Тестирование концепций / идей
- Тестирование рекламы, в т.ч. в сети Интернет
- Оценка эффективности рекламных кампаний
- Узнаваемость рекламы в СМИ и мониторинг слоганов
- Оценка упаковки и товарного знака
- Изучение имиджа и позиционирования бренда
- Изучение узнаваемости бренда
- Оценка позиции бренда на рынке
- Исследование покупательских привычек и отношения к продукту (U&A)
- Исследование покупательских намерений
- Тестирование ценовой политики / эластичности цены



ОСОБЕННОСТИ В СТРАНАХ С НИЗКИМ ИНТЕРНЕТ ПРОНИКНОВЕНИЕМ

- Невозможность проведения национальных репрезентативных исследований
- Опросы целевой аудитории с уровнем проникновения Интернета > 50% (города 1 млн.+ , товары и услуги для среднего класса)
- Репрезентативные опросы Интернет пользователей
- Экспериментальные исследования / concept-тесты
- Опросы посетителей сайтов/клиентов/сотрудников
- Качественные онлайн исследования (фокус-группы, форумы)
- Смешанные оффлайн/онлайн исследования



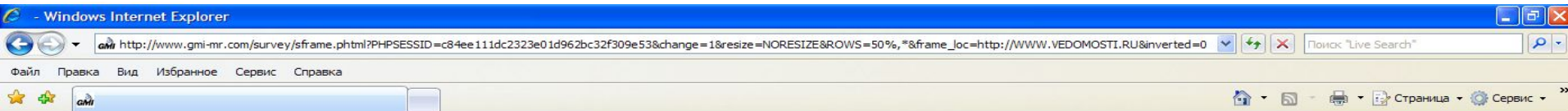
ПРИМЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

- Интерактивные опросы
- Технологии для тестирования веб-сайтов и креатива
- Тестирование логотипов, названий и рекламы (видео, принты, outdoor)
- Клик-тесты
- 3D моделирование товаров
- Виртуальный шоппинг

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ОПРОСЫ



ТЕХНОЛОГИЯ SPLIT-SCREEN ДЛЯ ТЕСТИРОВАНИЯ ВЕБ-САЙТОВ И ЭЛЕМЕНТОВ ДИЗАЙНА



Оцените, пожалуйста, по 5 балльной шкале, насколько Вам нравится ...?

	Полностью <i>не</i> понравилось 1	Скорее <i>не</i> понравилось 2	Ни понравилось, ни не понравилось 3	Скорее понравилось 4	Полностью понравилось 5
Размер шрифтов	●	●	●	●	●
Стиль шрифтов	●	●	●	●	●
Цвет фона сайта	●	●	●	●	●
Цветовое оформление сайта в целом	●	●	●	●	●
Общее оформление информации	●	●	●	●	●
Иллюстрации	●	●	●	●	●
Тематика статей	●	●	●	●	●
Рекламные баннеры на сайте	●	●	●	●	●
Сайт в целом	●	●	●	●	●

Следующая страница

WWW.VEDOMOSTI.RU

ВЕДОМОСТИ
КОНФЕРЕНЦИИ

ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ИПОТЕКА В РОССИИ

РЕКЛАМА:
Выставка "Персонал Москва 2007",
11-12.04.2007 г., "Экспоцентр"

РЕКЛАМА: ВЫИГРАЙ АВТО
Сделай доброе дело и выиграй
автомобиль или ноутбук.

РЕКЛАМА: REIDERAM.NET
Как защитить бизнес от
недружественных поглощений

РЕКЛАМА: VOLVO
Весеннее предложение - 70% опций в
подарок! "Независимость"

Свежий №: 60 (1834)
Четверг, 05.04.2007

ВЕДОМОСТИ

ИЗДАЮТСЯ СОВМЕСТНО С

THE WALL STREET JOURNAL & FINANCIAL TIMES

PDA, RSS, TEMA
SmartEdition

Дж.Буш: Американцы устали от войны 2

Президент США Джордж Буш впервые признал, что американцы устали от пятилетней войны в Ираке и задаются вопросом, смогут ли США в ней победить. Но в случае преждевременного ухода США "эта молодая демократия погрузится в хаос", предупреждает президент, и "наш враг придет за нами сюда."

Доллар, ЦБ РФ ▲ 28.0094 0.0255 05/04
 Долларов за евро* ▲ 1.3390 0.0005 09:40
 Индекс РТС ▲ 1929.94 0.48% 04/04
 Индекс Dow Jones* ▲ 12529.30 0.15% 09:40
 Нефть Brent* ▲ 68.58 0.23% 09:40
 Жилье в Мокве ▼ 4201 -0.2% 02/04
 ПИФ недели new ▲ 83.98 %/год 23/03

Котировки [v] [o] [x]

08.57 Замсекретаря Совбеза Киргизии перешел в оппозицию
 08.53 МВФ прогнозирует замедление роста ВВП России в 2008 г.
 08.41 Британские моряки возвращаются на родину
 04 апреля

ТЕСТИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ

Примеры



TV



Print



Directories



Out of home



Out of home



Out of home

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОНЛАЙН ТЕСТИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Пожалуйста, посмотрите внимательно на рекламу на этой страничке.

негазета.ru | 1 ЯНВАРЯ 14:20

ПОДПИСКА | ЭКСПОРТ | АРХИВ | РЕДАКЦИЯ

Автомобили

ПЕРВАЯ | НОВОСТИ | ПОЛИТИКА | БИЗНЕС | ФИНАНСЫ | ОБЩЕСТВО | КОММЕНТАРИИ | КУЛЬТУРА | АФИ
ПОПОНИЙ | ЭКСТРИМ | ТЕХЗОНА | ЖИЛПЛОЩАДЬ | ОТДЫХ | ДЕНЬГИ | ОБРАЗОВАНИЕ | СТИЛЬ | CLASSII

Рекламные

Текст: Антон Иванов, С

2006 год
кампани
управля
соедени

Насколько заметна, обращает на себя внимание такая реклама?

не очень заметна

очень заметна



Далее >>



производ
кузова,
ликапы —
что конку
других ме
выглядел
Наприме
видим пр
баварску
вроде б
фирменн
последне

наперед и кажется, что «кошка» в ужасе убегает от «бимера».

Множество компьютеров обошла интернет-переписка между BMW, Audi и Nissan. Впервые была опубликована в своей рекламе «милло» поздравила Audi с победой в конкурсе «Машина года в Южной Африке», подписавшись «Победитель конкурса «Лучший автомобиль мира». Ответ не заставил себя долго ждать, и вскоре появился постер с текстом: «Поздравляем BMW с победой в конкурсе «Лучший автомобиль мира» от шестикратного победителя гонок «24 часа Ле-Мана» Audi». Неизвестно, сколько бы продолжались эти взаимные уколы, если бы в диалог не вмешалась Subaru:

- площадь и верхний засады
- Дед Мороз поставил пробку
- Рекламные ролики зашли за шарик

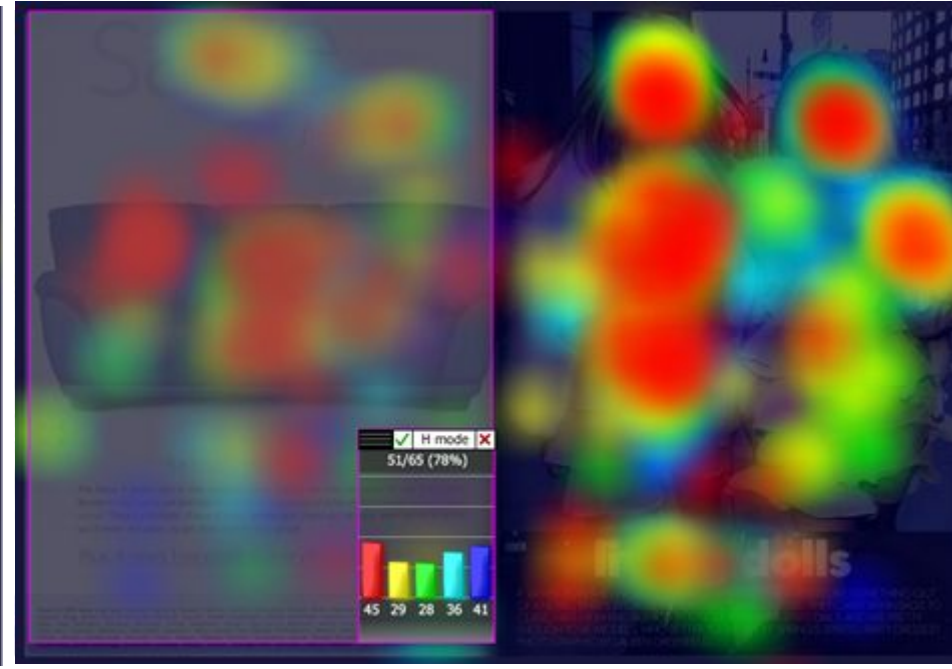
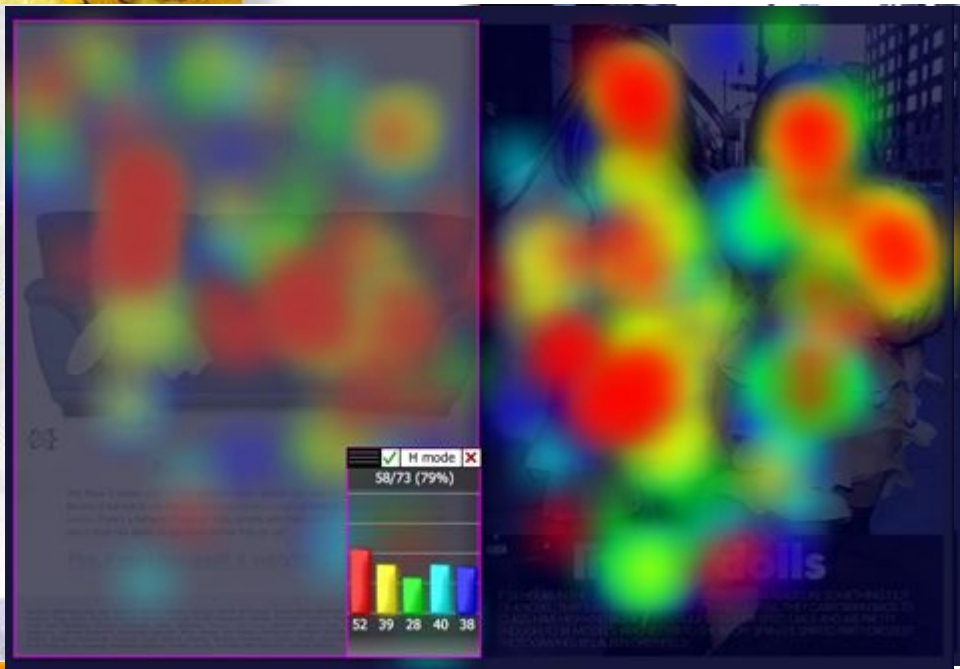
ТЕСТ-ДРАЙВ



ЗАКРЫТЬ ✕



КЛИК-ТЕСТЫ: ОЦЕНКА ВНИМАНИЯ К ВИЗУАЛЬНЫМ СТИМУЛАМ



Ad 1

Ad 2

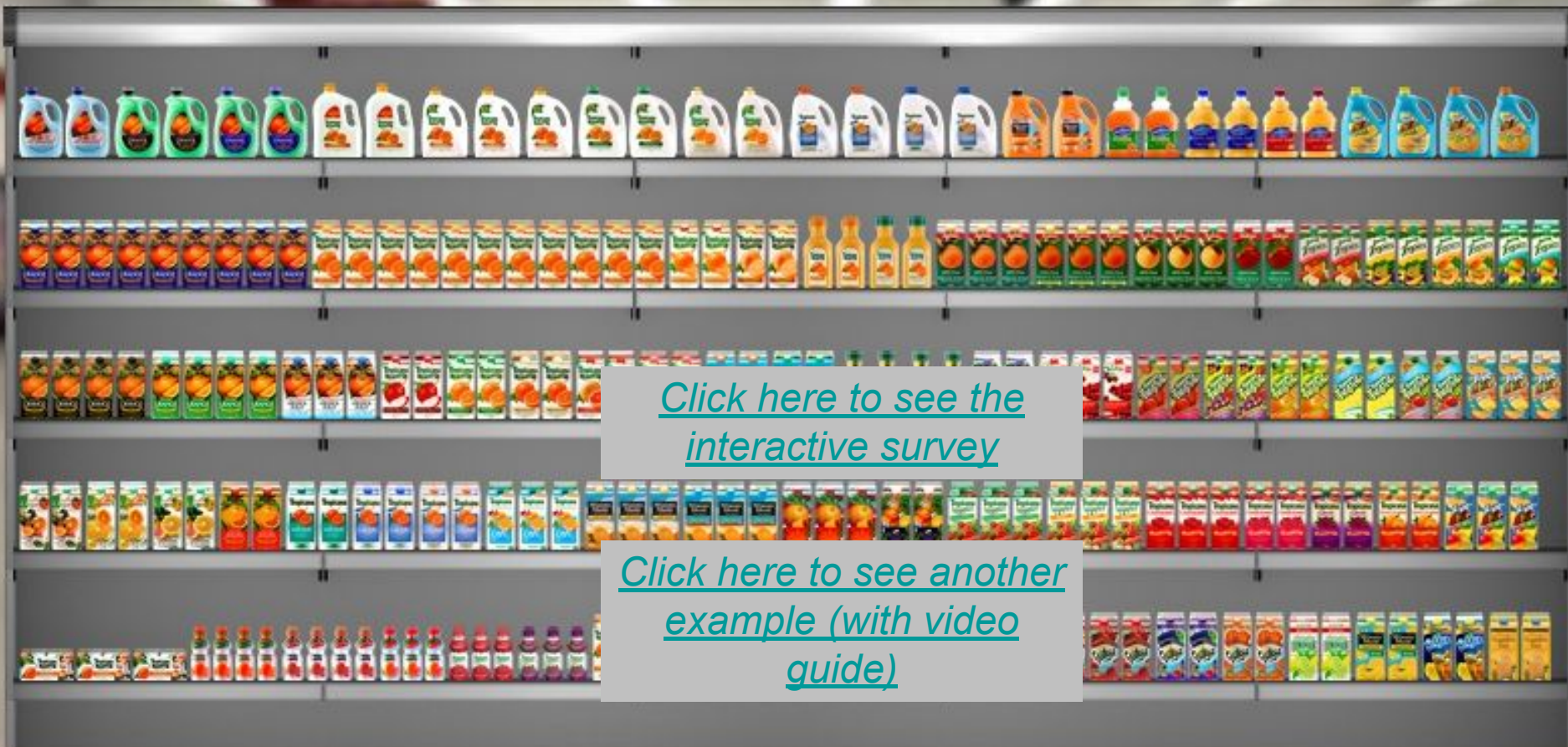
Добавление человека = на 15% больше первых
КЛИКОВ

■ *Net-MR™ Software*

● *Global Panels*

▼ *Service Bureau*

ВИРТУАЛЬНЫЙ ШОППИНГ



[Click here to see the interactive survey](#)

[Click here to see another example \(with video guide\)](#)

+ ZOOM IN - ZOOM OUT



SHOPPING CART CHECK OUT

HELP ?



КОНТАКТЫ

Шашкин Александр (GMI Russia)

ashashkin@gmi-mr.com

www.gmirussia.ru

www.gmi-mr.com