# InMind

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ УКРАИНСКОГО СЕГМЕНТА СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**Иван Дубинский,**
**Руководитель Проекта Opinion©**

FACTUM GROUP

# Типы исследований интернет-пользователей

**Цель:**

Измерение реального количества пользователей

**Цель:**

Измерение аудитории сайтов

**Оффлайн**

- Репрезентативные всему населению
- Репрезентативные определенным типам населенных пунктов

**Онлайн**

- Site-centric
- User-centric

# Принципы онлайн исследований:

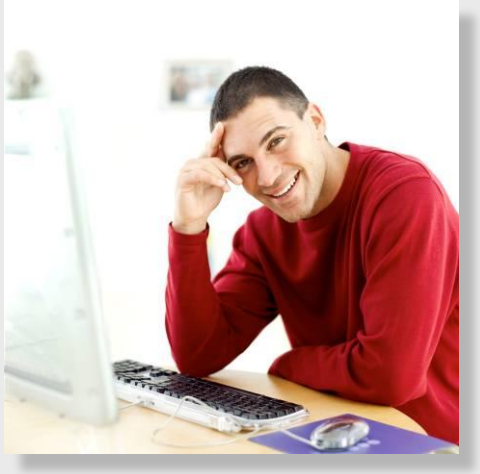
- Респонденты должны дать согласие на участие в исследовании

- Респонденты должны знать, что за ними следят

- Респонденты имеет право и возможность в любое время отказаться от участия в исследовании

- Особые условия участия лиц не достигших 14 лет

# Опыт исследований интернет



# Оффлайн исследования интернет с 1997 года

- почти 12 млн украинцев пользуется интернет 1 раз в месяц и чаще

# Онлайн-исследования InMind построены на репрезентативных оффлайн панелях

- Онлайн исследования InMind основаны на постоянно действующих панелях зарегистрированных участников, полностью **рекрутированных оффлайн**

- Рекрутинг оффлайн панелей проводится на основании квот, которые определяются регулярными общенациональными **репрезентативными оффлайн исследованиями**

- **Проект**, объединяющий ad-hoc и медиа исследования участников постоянно действующих панелей, носит название **Opinion©**

# Структура онлайн-исследований, проводимых InMind – ПРОЕКТ OPINION©

Общая Панель: **Gold Opinion©**
Размер: **25.000** интернет пользователей, рекрутированных оффлайн
Репрезентативность: структуре интернет пользователей Украины
Цель: **ad-hoc потребительские исследования**

Медиа-Панель: **Opinion-Media©**
Размер: **5.500** интернет пользователей, рекрутированных оффлайн
Репрезентативность: структуре интернет пользователей Украины
Цель: профиль интернет ресурсов
Процедура: **анализ кук панелистов** при посещении ресурсов

Медиа Панель: **Opinion Software Media©**
Размер: **1.200+** интернет пользователей, рекрутированных оффлайн
Репрезентативность: структуре интернет пользователей Украины
Цель: профиль интернет ресурсов
Процедура: **специальное ПО на компьютерах панелистов**

# Opinion Software Media© - анализ максимального объема информации

| Посещение Интернет | Данные ПК пользователей | Демографический профиль пользователей |
|---|---|---|
| • полный адрес<br>• адрес сайта<br>• время отправки (фактически, время запроса)<br>• браузер, каким был сделан запрос<br>• страница, с которой был сделан запрос (если не был введен адрес)<br>• ip-адрес, с которого был сделан запрос (текущий ip пользователя)<br>• провайдер | • разрешение экрана<br>• глубина цвета<br>• версия операционной системы<br>• компьютер (домашний, рабочий т.п.)<br>• время запуска и время остановки перехватчика. | • пол<br>• возраст<br>• социальный статус<br>• доход<br>• занятость<br>• семейный статус<br>• область<br>• тип населенного пункта<br><br>**+ интегральные медиапоказатели для медиапланирования** |

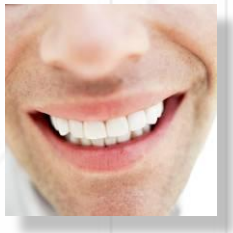
# Преимущества Opinion Software Media©

- Надежность данных: постоянно действующая панель **репрезентирует всю украинскую аудиторию интернет** и гарантирует **точную фиксацию профиля** ресурсов

- Возможность **объективного анализа социально-демографического профиля всех ресурсов**, независимо от установок на них счетчиков, путем установки ПО на всех компьютерах панелистов

- Социально-демографический **профиль пользователей интернет-провайдеров**

- Детальный анализ **ключевых медиа показателей** для рекламодателей и рекламных агентств



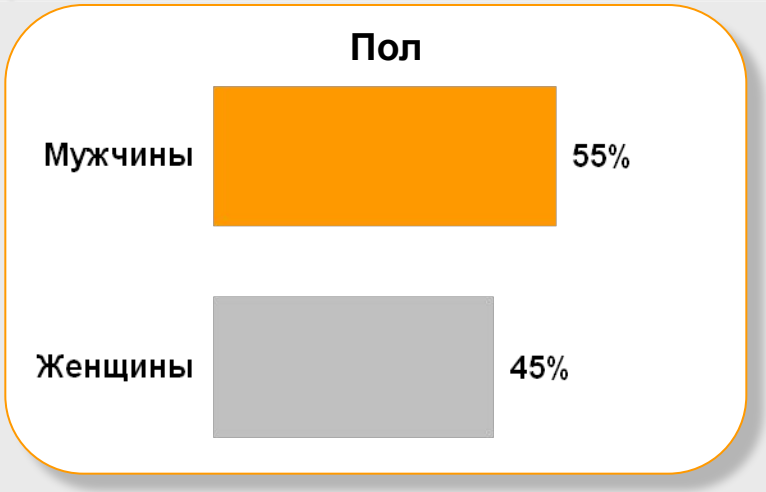
# Выборка панелистов для Opinion Software Media©

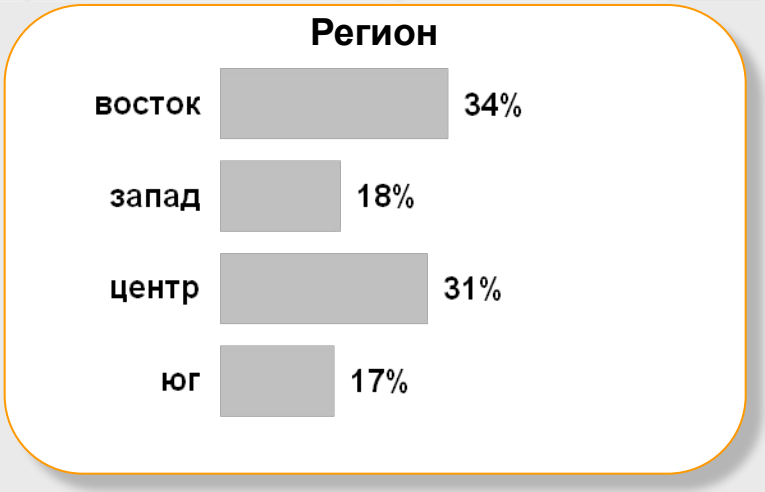
- Выборка панелистов репрезентативна структуре пользователей интернет в Украине и сформирована путем оффлайн рекрутинга

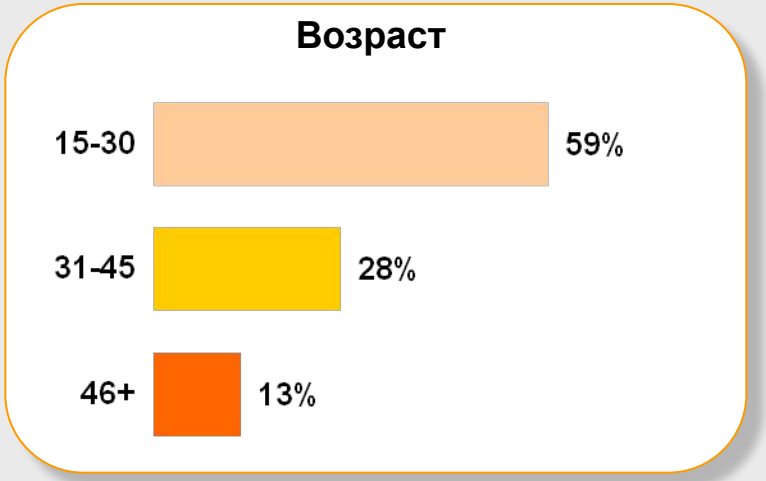
- Размер выборки в 1200 панелистов позволяет измерять профиль интернет ресурсов:
  - с посещаемостью свыше 3.000.000 пользователей в месяц с точностью до 5%
  - с посещаемостью свыше 800.000 пользователей в месяц с точностью до 10%

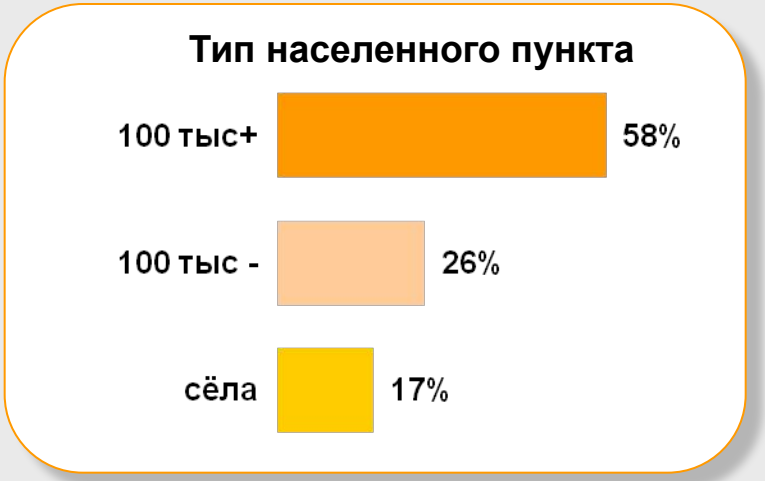
- Долгосрочная стратегия развития Панели: N=10.000

# Социо-демографическая структура Opinion Software Media© на 2 квартал 2010



# Половозрастное распределение панели

**в долях:**

| | Мужчины | Женщины |
|---|---|---|
| 15-30 | **33%** | **26%** |
| 31-45 | **15%** | **13%** |
| 46+ | **7%** | **7%** |

**в панелистах:**

| | Мужчины | Женщины |
|---|---|---|
| 15-30 | **396** | **312** |
| 31-45 | **180** | **156** |
| 46+ | **84** | **84** |

# Региональное распределение панели

**в долях:**

| | 100тыс+ | 100тыс- | село |
|---|---|---|---|
| Восток | **23%** | **10%** | **2%** |
| Запад | **7%** | **5%** | **6%** |
| Центр | **18%** | **7%** | **6%** |
| Юг | **10%** | **4%** | **3%** |

**в панелистах:**

| | 100тыс+ | 100тыс- | село |
|---|---|---|---|
| Восток | **276** | **120** | **24** |
| Запад | **84** | **60** | **72** |
| Центр | **216** | **84** | **72** |
| Юг | **120** | **48** | **36** |

# InMind: профиль компании

# InMind входит в группу ведущих исследовательских агентств полного цикла

- **InMind** – исследовательское агентство полного цикла, предоставляющее весь спектр оффлайн и онлайн исследований

- Официальный представитель в Украине международной исследовательской сети **Factum-Group.**

- **InMind** – член ассоциации ESOMAR

# InMind – часть международной исследовательской сети Factum Group

С января 2006 г. **InMind** является официальным представителем международной исследовательской сети **Factum-Group**, работающей в странах Центрально-Восточной Европы

**Германия, Украина, Эстония, Латвия, Литва, Чехия, Венгрия, Словакия, Польша, Беларусь**

# InMind

**Адрес:**

InMind, ул. Щорса 32-Г
01133, г. Киев, Украина

**Тел.** +38 044 569 72 04/05/06/07

**E-mail**: Office@InMind.com.ua

www.inmind.com.ua