

The logo for 'romir' is displayed in a bold, lowercase, sans-serif font. The letters are black and are set against a solid orange rectangular background.

**monitoring**

The logo for 'GALLUP INTERNATIONAL' features the word 'GALLUP' in a large, blue, serif font, with 'INTERNATIONAL' in a smaller, blue, sans-serif font below it. A horizontal line is positioned above the word 'GALLUP'.The logo for 'EuroNet' consists of the word 'Euro' in a blue, sans-serif font, followed by a circular icon containing a globe, and the word 'Net' in a blue, sans-serif font.

- Эксклюзивный представитель по России - **РОМИР**

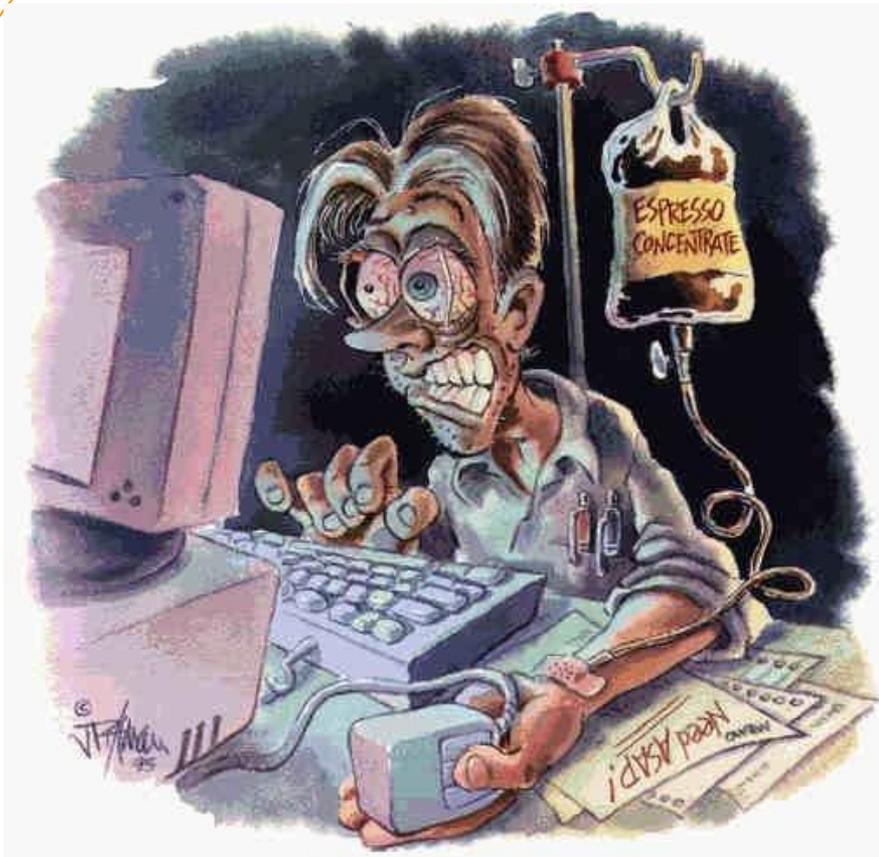
- Эксклюзивный представитель по России и странам СНГ и Восточной Европы - **monitoring.ru**

**Нужны ли исследователи в Интернете?  
Нужен ли Интернет исследователям?**

119021, г. Москва, Зубовский бул., 4.  
Тел.: 795-3388, Факс: 201 5045,  
E-mail: [client@rmh.ru](mailto:client@rmh.ru) [www.rmh.ru](http://www.rmh.ru)

*Ваш Персональный Исследователь*

## Миф 1. Маргинальность интернетчиков...



Миф или реальность?

## Миф 2. Социальное взаимодействие

Какими из этих видов деятельности в Интернете Вы занимались в течение последнего месяца? Возможно несколько ответов, TOP 5, %



ИСТОЧНИК ДАННЫХ: ОНЛАЙН-ОМНИБУС (14+), 4 кв. ,2005, N= 2802 (все респонденты)

Практика

Коммуникации

## Миф 3. Спасибо за внимание?!



**«Это твое третье желание. Его ты тоже хочешь использовать для того, чтобы бесплатно загрузить еще один MP3?»**

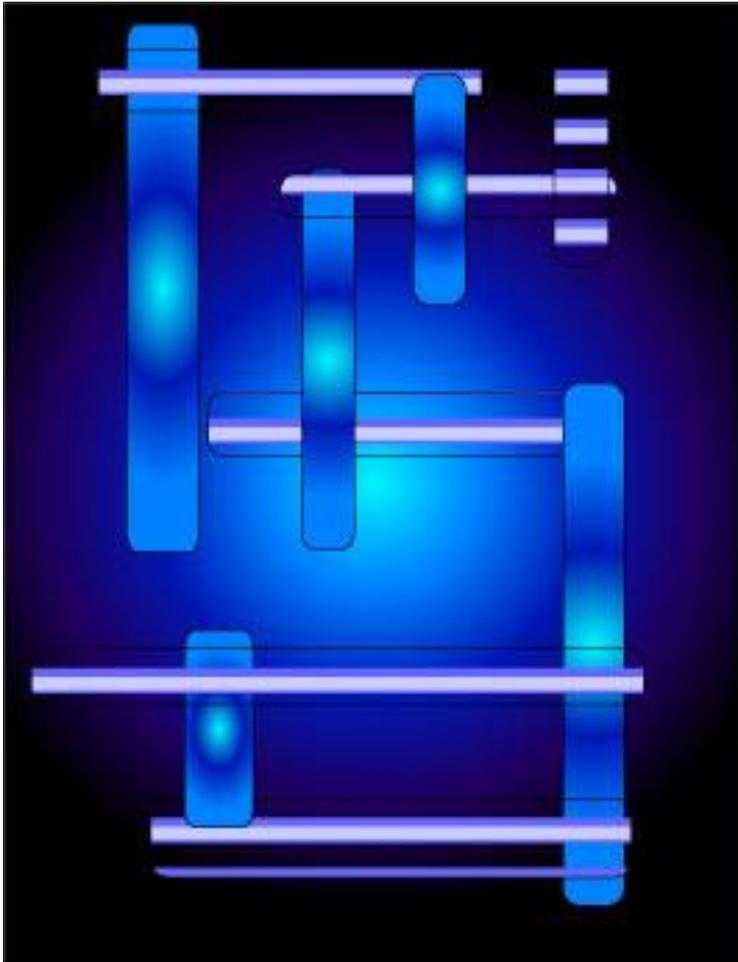
**Перспективы  
развлекательного контента**

**Ограниченное  
количество времени на  
«пассивный» отдых**



Старое содержание –  
новые формы и правила

## Возможные измерения



Контент

Семантика

География

Время

Коммуникации

Люди



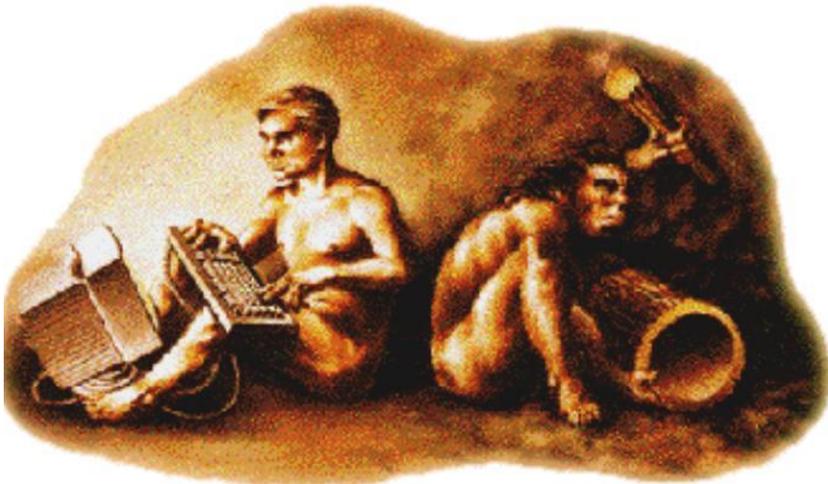
Интернет

WAP

PDA

Источники данных: Ежемесячный онлайн-омнибус, N=1500 (min)

Ежемесячный общероссийский омнибус, N=600 (min) - агрег. данные за квартал



**Россия: 17% пользователей  
Интернет (4 кв. 2005)**

**Модем: 30%**

**Выделенная линия: 39%**

**ADSL: 23%**

**Последствия  
отключения от Сети**

**«Новая демография»**



Производители или  
потребители?

Техноэлита

Виртуальная община

Предприниматели



**Высшая ценность –  
максимальная  
продуктивность**

**Наслаждение от процесса  
решения проблем**

**Экономика дарения и/ли  
культура дарения**



**Горизонтальные  
коммуникации**

**Свобода в построении  
собственной социальной  
сети**



Способность  
превратить новые  
продукты  
в бизнес-идею

Космополитизм  
и индивидуализм

Культура денег  
и культура труда

## Пользователи: геймеры

### Исследователи



### Победители



### Коммуникаторы



### Убийцы и плуты



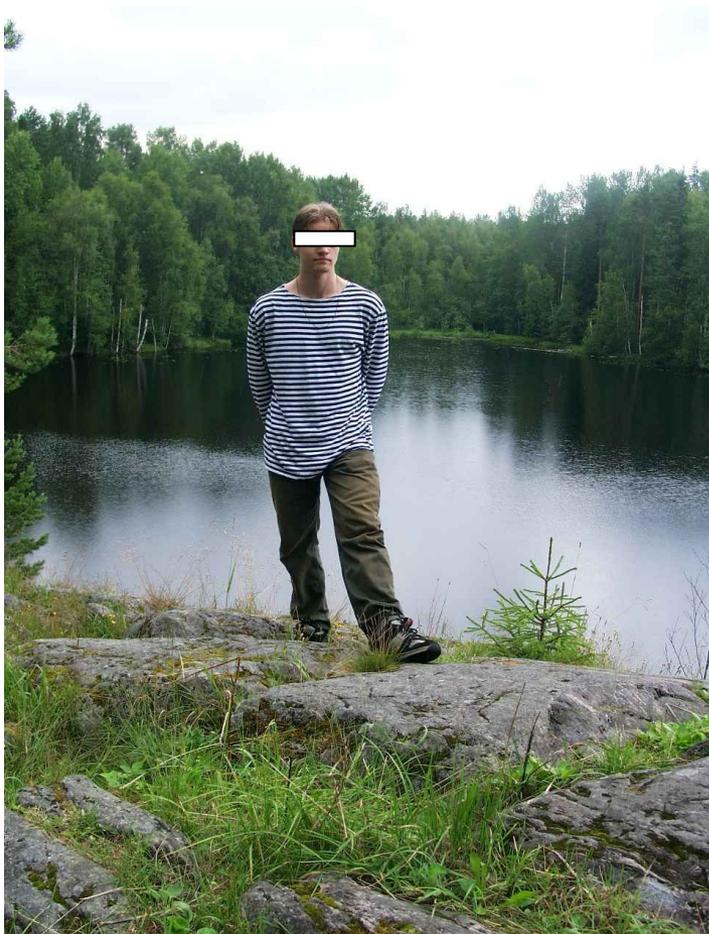
Стиль игры и  
стиль жизни

Конструирование  
виртуального мира

Отношение к  
рекламе в играх

Основные типы игроков (игры с выбором персонажей)

## Пользователи: героями не рождаются?





Саморазвитие и социальное взаимодействие

Эмоциональная форма общения – чувствительнее к восприятию рекламы



Скучно

Интересно

PERSEUS ROMIR Monitoring Online Research Department

Survey Manager  
Reports  
Administration  
Config Toggle  
Change Password  
Log Out

Reporting and Analysis

Survey Response Table: CONCDemo  
Report Name: Ad Hoc

Display Time Frame Download Save

Use Alias Headings

| Show<br><small>check all<br/>clear all</small> | Sort | Question Heading | Filter<br><small>Size</small> |
|--|------|------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q01              |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Другое (укажите) |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q02              |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q03              |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q04_A - [image]  |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q04_A - [image]  |                               |
| <input type="checkbox"/>                       |      | Q04_A - [image]  |                               |

Масштабируемость

Гибкость

Интерактивность

Брендинг

Ориентация на  
пользователя

romir monitoring

Город

2 Укажите, пожалуйста, в каком городе Вы живете?

Москва

Санкт-Петербург

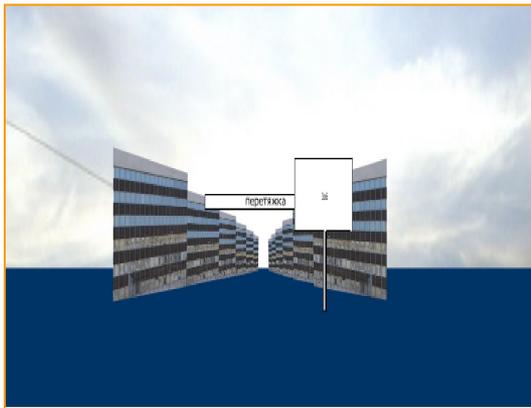
Новосибирск

Екатеринбург

Другое (укажите)

Затрудняюсь ответить/Отказ

[Назад](#) [Далее](#)



### Онлайн-опрос

Анкеты заполняются в режиме онлайн, через систему онлайн-опросов

### Дневник на КПК

КПК подает сигнал через интервалы времени и респондент фиксирует все типы рекламы, которые видит вокруг

### WAP-панель

Формируется панель потребителей. С помощью технологий WAP и мобильного позиционирования проводятся регулярные замеры медиа окружения

- Быстрота
- Низкая стоимость
- Удобство заполнения

Малый охват  
Интернетом

- Отслеживание рекламной среды
- Высокая точность
- Профиль ЦА разных акций

Высокая стоимость  
Нужно обучать респондентов

- Уникальная по эффективности система опросов
- Наибольшая полнота и надежность данных
- Доступная стоимость

Требуется обучение респондентов  
Требуется пилотаж с целью решения возможных технических сложностей



**Панельные исследования  
(SSP)**

**«Интернетография»**

**Наблюдение (шумомер)**

