



КАЧЕСТВЕННЫЕ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

КАЧЕСТВЕННЫЕ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

Немного истории

- Все началось в середине 1990-х
Дискуссионные группы по электронной почте
Онлайн чат с виртуальной комнатой клиента
- Развитие чат-формата в форумы и другие онлайн инструменты
Развитие идеи форумов позволило получать более глубокую информацию
- Онлайн качественные исследования набирают популярность с увеличением роли Интернета в области сбора данных

ВАЖНО: Онлайн квал далеко не всегда способен заменить очные фокус-группы. Его следует рассматривать как инструмент для проведения определенных исследований, которые крайне сложно или невозможно реализовать иным образом, либо когда общение лицом к лицу не имеет решающего значения.



ЧТО ОНЛАЙН КВАЛ МОЖЕТ ДОБАВИТЬ ВАШИМ КОЛИЧЕСТВЕННЫМ ПРОЕКТАМ?

- Технологии проведения качественных онлайн исследований дают больше свободы и приносят дополнительную ценность вашим проектам
- **КАК, ЧТО и ПОЧЕМУ** в дополнение к **СКОЛЬКО** и **КАК ЧАСТО** в количественных проектах
- Больше членов команды может участвовать в исследовательском процессе
- Мгновенная доступность транскриптов для последующего анализа

КОГДА ПРОВОДИТЬ?

Перед количественным этапом

- Поведение при покупке
- Тестирование концепций
- Генерация идей
- Пре-тест

Во время количественного исследования

- Варианты дизайна
- Упаковка
- Реклама

После количественного этапа

- Поддержка количественных результатов
 - Подробное объяснение ответов
- Идеи для будущих исследований
 - Рекомендации
- Дает потребителям право голоса



ТИПЫ КАЧЕСТВЕННЫХ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЙ

Онлайн фокус-группы (ОЛФГ)

- Синхронные группы, которые обычно длятся от 1 до 2 часов
 - 8 – 10 респондентов в группе
 - Идеальны для быстрого сбора данных в проектах с жесткими сроками
 - Несколько групп могут быть проведены за короткое время, что дает возможность существенно расширить изучаемую аудиторию
 - Созданы для сбора первых мыслей и впечатлений
 - Вопросы на уточнение, ключевые направления дальнейшей работы, измерение эмоционального фона
 - Программный интерфейс группы может быть брендирован по вашему желанию
-

Интерфейс онлайн фокус-группы

201930003 TRIAL NUMBER 1

Powered by ItTracks | LOGOUT

CHATMOD GUIDEUSERSPROBE QSWHITEBOARDSSCREENERSETTINGSTRANSCRIPTS

FOCUS GROUP ROOMChange RoomWHITEBOARDREVIEWWB to Display

Dolores M: This was enjoyable. Thanks for the invitation. Goodnight everybody.

Gene (Mod): Thank you for your participation tonight. Everyone who participated tonight will receive 4,000 points as an incentive. You should see your account credited within one week's time.

Karina F: thank you

Beverly B: thanks Gene

Estella S: Thank you!

Gene (Mod): Thank you very much everyone for sharing your thoughts and opinions.

Dolores M: Thank you Gene, good job

Gene (Mod): Thanks again for your cooperation. Just click on the X at the upper right hand corner of the window to get back to your browser. I will be sure and turn out the light. Good night all!

Karina F: good night

Shana W: Thank you again - it was great! Good night.

Estella S: GOOD NIGHT!!

Dolores M: Bye everybody

System: Estella S has logged out.

Gene (Mod): Private message to Technical Support: Thanks Daniel!

Gene (Mod): Good night all. Thanks again.

System: Karina F has logged out.

System: Private message to Moderators: Gene (Mod) has logged out.

System: Private message to Moderators and Observers: Tech-Daniel has marked Dolores M as having finished the project.

System: Dolores M has left the room.

Mario: Private message to Moderators and Observers: The 9pm session will be in a separate chat room. We have to close this window and log back in using the password and room number you received in the second invitation by e-mail.



USERLISTMOD GUIDE

Perform User Action

To: Current RoomProbe QuestionsAuto Scroll

SEND

ТИПЫ КАЧЕСТВЕННЫХ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЙ

Фокус-группы в формате форума (ФГФФ)

- Асинхронны (респонденты участвуют в дискуссии в разное время, аналогично обычным онлайн-форумам)
 - Дают возможность проведения осмысленных обсуждений в течение нескольких дней или даже недель
 - Так как число участников может быть расширено, в ФГФФ нередко участвуют представители различных социально-демографических групп
 - Возможность достижения занятых респондентов (руководители, врачи, профессионалы и т.п.), так как они участвуют в удобное для себя время
 - Программный интерфейс группы может быть брендирован по вашему желанию
-

ПРЕИМУЩЕСТВА ФГФФ

- Экономия времени на рекрутирование участников и проведение групп
- Снижение затрат на качественную часть (до 50%)
- Более глубокие, честные и осмысленные ответы участников
- Контроль обсуждения со стороны модератора (время размещения вопросов, длительность просмотра стимулов, ответы других участников закрыты/открыты и т.п.)
- Контроль групповой динамики: минимизация влияния гиперактивных респондентов, продуктивная работа с пассивными участниками, исключение/приостановка участия
- Широкие возможности для тестирования видео-, аудио- и печатных материалов
- Удобство перехода в индивидуальный чат и разбиения группы на подгруппы
- Расширенное участие клиента – виртуальная «смотровая комната»
- Возможность проведения дополнительных обсуждений после доработки концепций
- Интеграция упражнений и заданий для респондентов: классификации, подчеркивание ключевых слов, размещение собственных фото и видео, поход по магазинам, фото точек продаж и т.п.
- Удобная интеграция в количественные проекты
- Возможность использовать ФГФФ для ознакомления с концепциями перед очной фокус-группой
- Возможность ведения блогов и дневников по домашнему тестированию продуктов (IHUT)
- Идеально подходит для B2B проектов, исследований высокодоходных аудиторий, проектов с широкой географией
- Возможность изучения «неудобных» тем: проблемы со здоровьем, средства гигиены, противозачаточные средства, сексуальное поведение и т.п.
- Мгновенная доступность результатов (транскрипты, загруженный контент и т.п.)

Интерфейс онлайн группы в формате форума

303760004 SCHLESINGER BBFG

Powered by Itracks™ | LOGOUT

VIEWMOD GUIDEUSERSWHITEBOARDSSCREENERINTRO EDITREPORTSETTINGSTRANSCRIPTSPROFILESPROFILEFRIENDS



POSTINGS

1 Day 1NEW

1.11.21.31.41.51.61.71.81.91.10

2 Day 2NEW

2.12.22.32.42.52.62.72.82.92.10

1.4March 26, 2008 07:10 AMEdit Reply WB



* Candace/Derek *

Okay, here we go...Vacations are something we all think about, dream about, live for. =)
Let's start off by having you tell everyone about your last vacation. Where did you go? What did you do? Who were you with?

TIP: When the discussion tree to the left is refreshed, you'll be notified of any new posts that you have not yet viewed.

If you have posts that you have not seen yet an asterisk will appear in the NEW column to the right of the question numbers. When you click on this "*" you will see and be able to respond to any new posts in isolation. If you want to see all posts you can click back on the question number.

Feel free to upload any pictures that you would like to share!

1.4.1March 26, 2008 10:30 AMEdit Reply Delete



Peach

For our anniversary my wife and I went to Rome and Florence, it was our first time there. It was great. Wonderful history, great food, lots to see, the week flew by. The colosseum, the Vatican, St. Peter's, the Pantheon, Michaelangelo's David, the Florence Duomo, were all unforgettable.

View Media

1.4.1.1March 26, 2008 10:31 AMEdit Reply Delete



Indigo

We loved Rome, but crossing the street on foot... now that's another story!

1.4.1.2March 26, 2008 10:52 AMEdit Reply Delete



* Candace (Mod) *

Wow peach that's a great picture!

ParticipantsRefresh

ACTIVE IN 30 MINUTES

No users for this time period

ACTIVE IN 2 HOURS

No users for this time period

ACTIVE IN 6 HOURS

No users for this time period

ACTIVE OVER 6 HOURS

No users for this time period

NEVER LOGGED IN

Yellow

Green

Blue

Chartreuse

Olive

Turquoise

Aquamarine

Sienna

Brown

Mauve

Observers

HAVE LOGGED IN

Tangerine

NEVER LOGGED IN

No users for this time period

[ПРОСМОТР](#)[РУК. МОД-РА](#)[ПОЛЬЗОВАТЕЛИ](#)[ДОСКИ](#)[ОТБОР. АНКЕТА](#)[ИЗМ. ПРИВЕТСТВИЕ](#)[ОТЧЕТЫ](#)[НАСТРОЙКИ](#)[ПРОТОКОЛЫ](#)[Веб](#) [Картинки](#) [Карты](#) [Новости](#) [Группы](#) [Gmail](#) [ещё ▼](#)[Моя страница iGoogle](#) | [Войти](#)☒ Поиск в Интернете ☐ Поиск страниц на русском[Расширенный поиск](#)[Настройки](#)[Языковые инструменты](#)[Рекламные программы](#) - [Решения для предприятий](#) - [Всё о Google](#) - [Google.com in English](#)©2008 - [Конфиденциальность](#)

СООБЩЕНИЯ

1 темы

НОВ

1.1

1

1.1

* Derek (Mod) *

30.09.2008 19:20:55

Вы можете щелкать на страницах для перелистывания, изменять размер и цвет шрифтов, разметку страниц, цвет бумаги и оформление подкладки. Простая и эффективная система навигации и поиска поможет ориентироваться внутри текста. Организация книг в виде книжной полки позволяет легко возвращаться к прочитанным книгам и открывать их в том месте, где вы остановились.

[> ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОС](#) | [> ПРОСМОТР ДОСКИ](#) | [> ИЗМЕНИТЬ ВОПРОС](#)

1.1.1

* НОВОЕ
СООБЩЕНИЕ *

* Derek (Mod) *

30.09.2008 19:23:55

поможет ориентироваться внутри текста. Организация книг в виде книжной полки позволяет легко возвращаться к прочитанным книгам и открывать их в том месте, где вы остановились.

[> ОТВЕТИТЬ НА СООБЩЕНИЕ](#) | [> ИЗМЕНИТЬ СООБЩЕНИЕ](#) | [> УДАЛИТЬ СООБЩЕНИЕ](#)[Участники](#)[Обновить](#)

АКТИВЕН В 30 МИНУТ

Нет пользователей за этот период

АКТИВЕН В 2 ЧАСА

Нет пользователей за этот период

АКТИВЕН В 6 ЧАСОВ

Нет пользователей за этот период

АКТИВЕН НА ПРОТЯЖЕНИИ 6 ЧАСОВ

Нет пользователей за этот период

НИ РАЗУ НЕ ВХОДИЛ(А)

Нет пользователей за этот период

Наблюдатели

ВХОДИЛ(А)

Нет пользователей за этот период

НИ РАЗУ НЕ ВХОДИЛ(А)

Нет пользователей за этот период

Инструмент: iMarkIt



iMarkIt – инновационный инструмент для тестирования концепций. Он дает возможность респондентам оценивать рекламные материалы, видео, веб-страницы, упаковку и любые другие стимулы. У участников есть несколько инструментов для выражения собственного мнения: комментарии, выделение фрагмента, стрелочки, возможность рисовать на креативе, выделение текста, увеличение и некоторые другие.



CALLOUTS



AREA
SELECTION



ARROWS



FREE
DRAW



TEXT
HI-LITE



ZOOM

Что такое iMarkt?

Nice smile, she looks happy to see the treats on the table.

Jenny doesn't know that they contain vitamins A, B1, B2, C, D, E and more.

She doesn't know that they are rich in antioxidants that boost the immune system.

She doesn't know that they possess antibacterial properties that can prevent tooth decay.

But she knows that they are the best chocolates in the whole wide world.

Gött by Caston Chocolatier

As a mom I can appreciate the added vitamins since it's sooooo difficult to get any into your kids in the form of food



CALLOUTS



AREA SELECTION



ARROWS



FREE DRAW



TEXT HIGHLIGHT



ZOOM

Примеры iMarkt

- [iPhone Print Ad](#)
 - [iMac Video](#)
-

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

- Глубинные интервью
 - Богатая информация
- Юзабилити – удобство пользования
 - Интернет-сервисы
- Лонгитюдные исследования
 - Возможность обращаться к тем же респондентам в течение длительного времени
- Дневниковые исследования
 - Потребление
 - Дневники врачей и пациентов
 - Медиа-исследования (ТВ, радио, Интернет)
- Модерируемые блоги
 - День из жизни продукта или бренда
- Тестирование продуктов на дому (IHUT)
 - Высокий отклик и подробные ответы участников
- Домашние задания
 - Фото и видео материалы, снятые респондентами
 - Задания в местах продаж
- Деление групп на подгруппы
 - Диады или триады
- Исследования перед количественным этапом
 - Потребительское поведение
- Мозговые штурмы по решению задач или проблем
 - Группы с сотрудниками компаний
- Смешанные группы
 - Например, врачи и представители страховых компаний



Онлайн сообщества

- Интерактивный канал для связи, коммуникации и развития отношений с вашими клиентами.
- Возможность взаимодействовать с потребителями в реальном времени
- Уникальное конкурентное преимущество
- Возможность задавать вопросы целевой аудитории в любое удобное время и получать мгновенные ответы



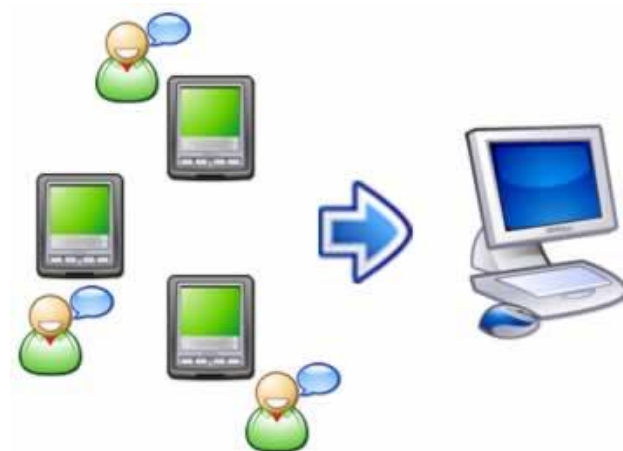
СОЗДАВАЙТЕ!

- Возможность создавать брендированный интерфейс онлайн сообщества с корпоративными цветами, шрифтами и логотипом
- Использование технологий Web 2.0 для получения контента, сгенерированного потребителями
- Модуль для проведения исследований позволяет приглашать участников сообщества к количественным и качественным исследованиям



СОБИРАЙТЕ ИНФОРМАЦИЮ!

- Возможность определения ключевых участников сообщества и приглашения их к более детальному обсуждению
- Адресная коммуникация и возможность таргетировать сообщения по различным атрибутам профиля участников сообщества
- Респонденты могут подгружать имиджи и создавать фото-галереи, что дает богатый материал для этнографических исследований
- Участники сообщества могут подгружать видео через линки с YouTube или Google Video и систематизировать их по категориям



СОВЕТУЙТЕСЬ С ПОКУПАТЕЛЯМИ!

- Возможность создать чувство причастности к жизни бренда у участников сообщества
- Понимание того, как опыт потребителей влияет на корпоративный имидж
- Получение информации, необходимой для принятия оперативных решений



Контактная информация

- Александр Шашкин
 - E-mail: ashashkin@omirussia.ru
 - Запросы: zapros@omirussia.ru
 - Посетите нашу Веб-страницу:
<http://www.omirussia.ru>
 - Тел.: +7-499-978-5197
 - Офис: Москва, Лесная 43, оф.
601-604
-