ONLINE MARKET INTELLIGENCE

КАЧЕСТВЕННЫЕ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

КАЧЕСТВЕННЫЕ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

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 привносят 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

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

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

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

201930003 **TRIAL NUMBER 1**

Powered by Itracks | LOGOUT

CHAT | MOD GUIDE | USERS | PROBE QS | WHITEBOARDS | SCREENER | SETTINGS | TRANSCRIPTS

FOCUS GROUP ROOM — Change Room

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.*

To: Current Room | Probe Questions | Auto Scroll | SEND

WHITEBOARD — REVIEW — WB to Display

USERLIST | MOD GUIDE

Perform User Action

ТИПЫ КАЧЕСТВЕННЫХ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЙ

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

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 участвую 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

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

303760004 SCHLESINGER BBFG

Powered by Itracks™ | LOGOUT

VIEW | MOD GUIDE | USERS | WHITEBOARDS | SCREENER | INTRO EDIT | REPORTS | SETTINGS | TRANSCRIPTS | PROFILES | PROFILE | FRIENDS

POSTINGS

1 Day 1 NEW
1.1
1.2
1.3
1.4
1.5
1.6
1.7
1.8
1.9
1.10

2 Day 2 NEW
2.1
2.2
2.3
2.4
2.5
2.6
2.7
2.8
2.9
2.10

1.4 March 26, 2008 07:10 AM Edit 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!

1.4.1 March 26, 2008 10:30 AM Edit 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 Vatiacan, St. Peter's, the Pantheon, Michaelangelo's David, the Florence Duomo, were all unforgetable.

View Media

1.4.1.1 March 26, 2008 10:31 AM Edit Reply Delete

Indigo

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

1.4.1.2 March 26, 2008 10:52 AM Edit Reply Delete

* Candace (Mod) *

Wow peach that's a great picture!

Participants Refresh

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
Chartruese
Olive
Turquoise
Aquamarine
Sienna
Brown
Mauve

Observers
HAVE LOGGED IN
Tangerine
NEVER LOGGED IN
No users for this time period

301810037 RUSSIAN DEMO

На основе технологии Itracks™ ВЫХОД

ПРОСМОТР | РУК. МОД-РА | ПОЛЬЗОВАТЕЛИ | ДОСКИ | ОТБОР. АНКЕТА | ИЗМ. ПРИВЕТСТВИЕ | ОТЧЕТЫ | НАСТРОЙКИ | ПРОТОКОЛЫ

Веб Картинки Карты Новости Группы Gmail ещё ▼ Моя страница iGoogle | Войти

Google™ Россия

Расширенный поиск
Настройки
Языковые инструменты

Поиск в Google | Мне повезёт!

Поиск в Интернете Поиск страниц на русском

Рекламные программы - Решения для предприятий - Всё о Google - Google.com in English

©2008 - Конфиденциальность

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

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

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

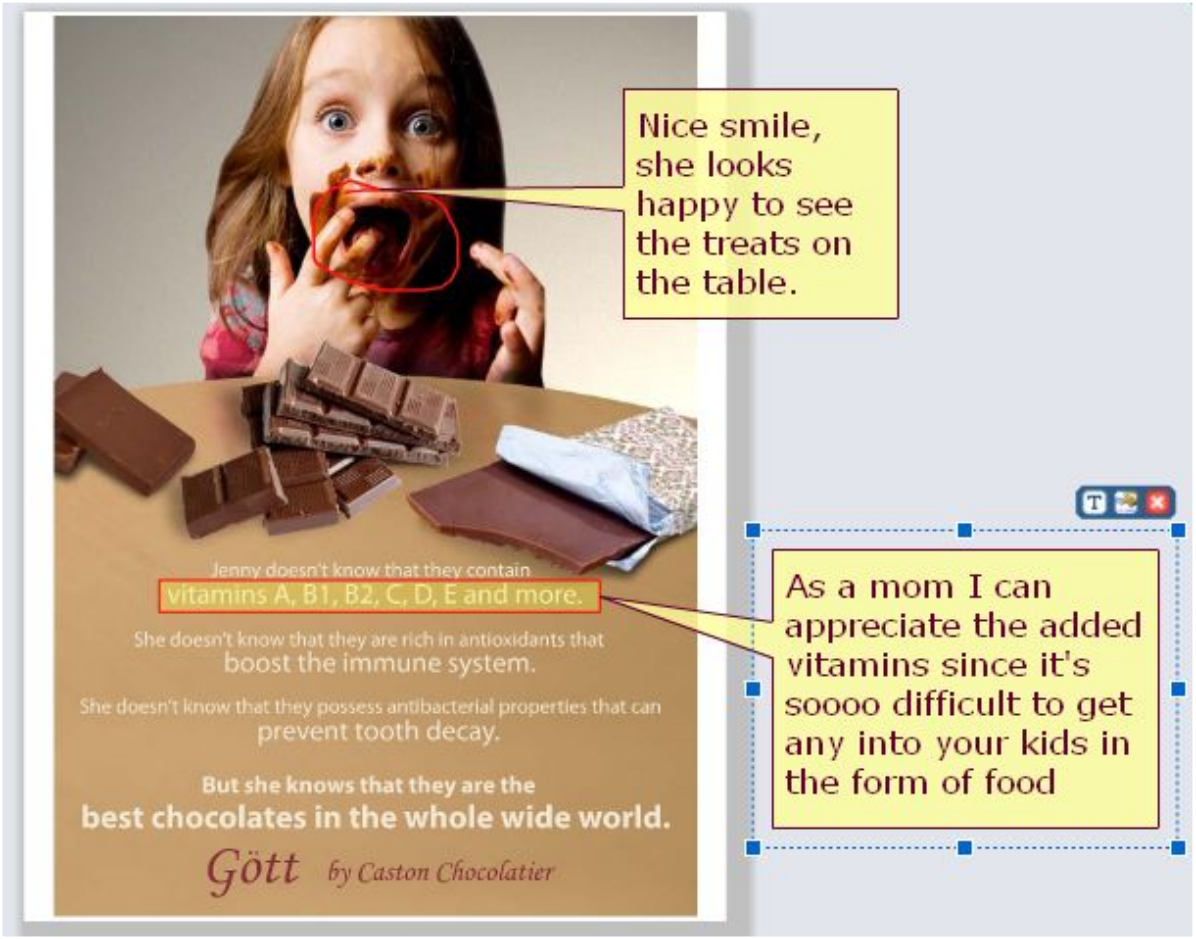
FREE DRAW

TEXT HI-LITE

ZOOM

Что такое iMarkIt?

ONLINE MARKET INTELLIGENCE



CALLOUTS

AREA SELECTION

ARROWS

FREE DRAW

TEXT HI-LITE

ZOOM

Примеры iMarkIt

- iPhone Print Ad
- iMac Video

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- **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, отснятые 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

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- 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

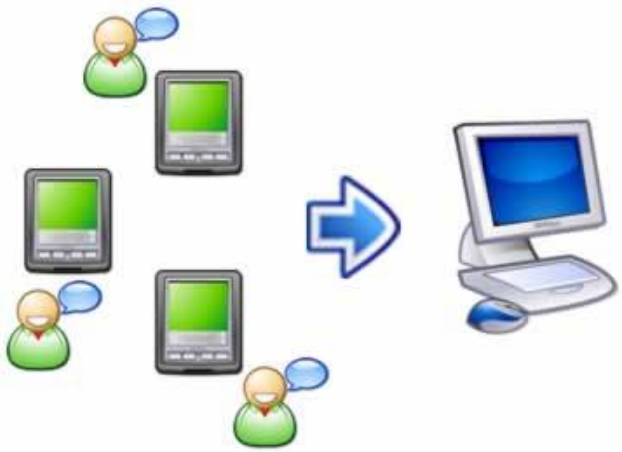
СОЗДАВАЙТЕ!

- 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!

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- 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!

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- 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

ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- 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