ОИРОМ

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА
И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Об ассоциации

Ассоциация ОИРОМ (Объединение исследователей рынка и общественного мнения) — это российская профессиональная ассоциация исследовательских компаний, созданная в **2003 году**. На сегодняшний день в состав ОИРОМ входят **ключевые игроки** рынка маркетинговых исследований и общественного мнения, вместе занимающие **более 60%** российского рынка.

ОИРОМ

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Основные партнеры

Ipsos

nielsen

tiburon RESEARCH

KANTAR

MillwardBrown A/R/M/I–Marketing

ЛЕВАДА-ЦЕНТР АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ЮРИЯ ЛЕВАДЫ

Bazis®

OMi ONLINE MARKET INTELLIGENCE

ВЦИОМ • Основан в 1987 году •

MEDIA SCOPE POWERED BY TNS

Факты об ассоциации

- **Опыт работы с 2003 года**

- **Партнерство ключевых игроков**

  Среди членов партнерства числится **23 компании** ключевых игроков рынка исследований

- **Регулярные события**

  Ассоциацией и её партнерами регулярно проводятся конференции и встречи, а также ежегодный **конгресс** ОИРОМ

- **Актуальные вопросы**

  Во время мероприятий разбираются актуальные **проблемы индустрии**: например, тренды потребительского поведения, продуктовые тесты в эпоху диджитализации и.т.д.

Конгресс ОИРОМ

Конгресс ОИРОМ 2020 — ключевое событие года в исследовательской индустрии**.**

Программа:

- Тренды потребительского/покупательского поведения в 2020 г.
- Круглый стол: «Футуристический взгляд»: «Новый цифровой потребитель — 2030: тренды, инсайты и попытка заглянуть в будущее».
- Несколько примеров, как цифры помогли “Яндекс.Лавке” продавать продукты.
- Секреты Real Time Marketing: почему то, что кажется таким простым, получается далеко не у всех.
- Совмещение качественного анализа (онлайн-сообщество) и анализа изображений из социальных медиа.
- Однодневные стримы. Ситуативные качественные исследования.
- Agile: скоростные количественные тесты на сессиях дизайн-мышления.
- Продуктовые тесты в эпоху диджитализации.
- Развитие клиентской аналитики с использованием платформы Big Data.
- Управление портфелем брендов, основанное на данных.
- Круглый стол: «Как “подружить” big data и consumer insights».
- Круглый стол: «Как на самом деле реальный клиентский опыт влияет на ваши продажи».

ОИРОМ
ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Преимущества членства

1. Членство в профессиональной ассоциации — это демонстрация того, что компания придерживается **высоких стандартов качества** при проведении социологических и маркетинговых исследований, прошла **независимый аудит на соответствие нормам качества** ОИРОМ или ISO 20 252 и разделяет ценности международного Кодекса ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных.

2. Возможность держать руку на пульсе и быть в курсе всех **актуальных новостей и событий** отрасли

3. Возможность иметь **инструмент влияния** на принятие стратегических решений в отрасли исследований

4. Возможность регулярного **профессионального общения** с руководителями и топ-менеджментом крупнейших исследовательских компаний России.

Преимущества членства

5. Возможность получить **доступ к базе данных участников фокус-групп**, который позволяет не приглашать к участию в исследованиях «профессиональных респондентов».

6. Скидки на участие в конференциях и событиях, проводимых ассоциацией ОИРОМ, а также нашими партнерами, особые условия спонсирования событий ОИРОМ и участия в выставках, организуемых в рамках проводимых событий, а также скидки на обучение в Школе маркетинговых исследований ОИРОМ при ВШЭ.

7. Возможность проводить **собственные события** (семинары, вебинары, мастер-классы и т. п.) под эгидой и при поддержке ОИРОМ.

8. Возможность **принимать участие в развитии индустрии** за счет включения в работу различных комитетов в рамках ОИРОМ: Комитета по подготовке Конгресса, Комитета по качеству и других.

ОИРОМ

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА
И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ