



ОИРОМ

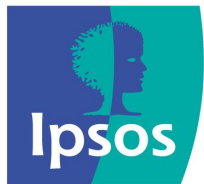
ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА
И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

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.



Основные партнеры



nielsen
.....

tiburón
RESEARCH

KANTAR

MillwardBrown
A/R/M/I-Marketing

ЛЕВАДА-ЦЕНТР
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
КЮРИЯ 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».

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.



OIROM

ОБЪЕДИНЕНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА
И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ