ТРЕНДЫ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Екатерина Рысева
Генеральный директор
Ipsos в России

17 декабря 2019

© Ipsos | Тренды в маркетинговых исследованиях

IPSOS В ЦИФРАХ

ГОД ОСНОВАНИЯ

1975

89

СТРАН

БОЛЕЕ

18,000

СОТРУДНИКОВ

Ipsos – самая инновационная исследовательская компания в мире по версии GRIT’2019

IPSOS – ТРЕТИЙ ПО ВЕЛИЧИНЕ ИГРОК НА МИРОВОМ РЫНКЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

 © Ipsos | Corporate presentation 2019

ТРИ ГЛАВНЫХ ТРЕНДА

1. ОПРОСЫ DEVICE-AGNOSTIC

Анкеты, адаптированные под любой тип устройств – необходимая эволюция

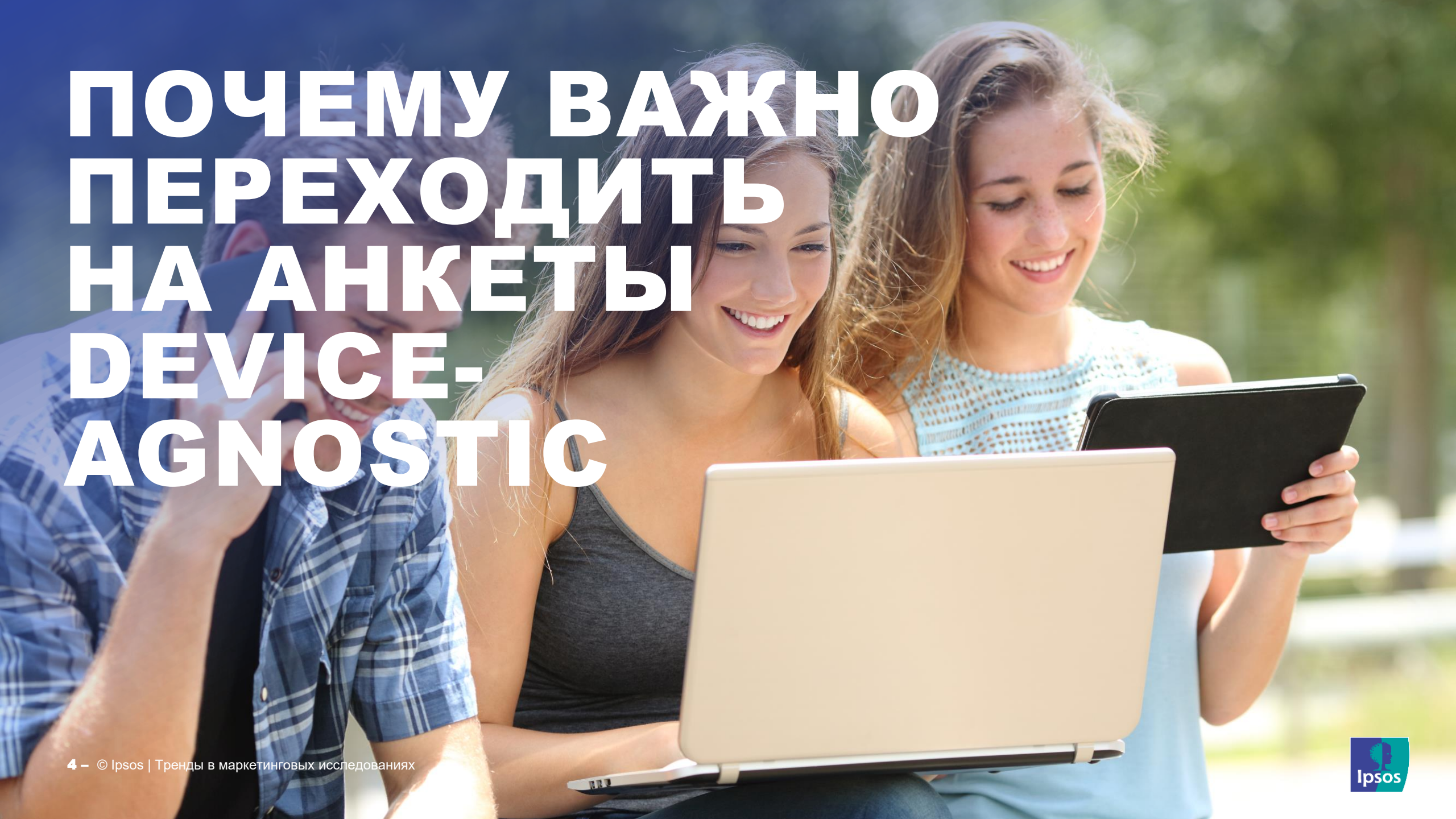
2. ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД

Нейро-, пассивные и неопросные измерения

3. BIG DATA & AI

Разумное применение новых «сверхсил»

ПОЧЕМУ ВАЖНО ПЕРЕХОДИТЬ НА АНКЕТЫ DEVICE-AGNOSTIC



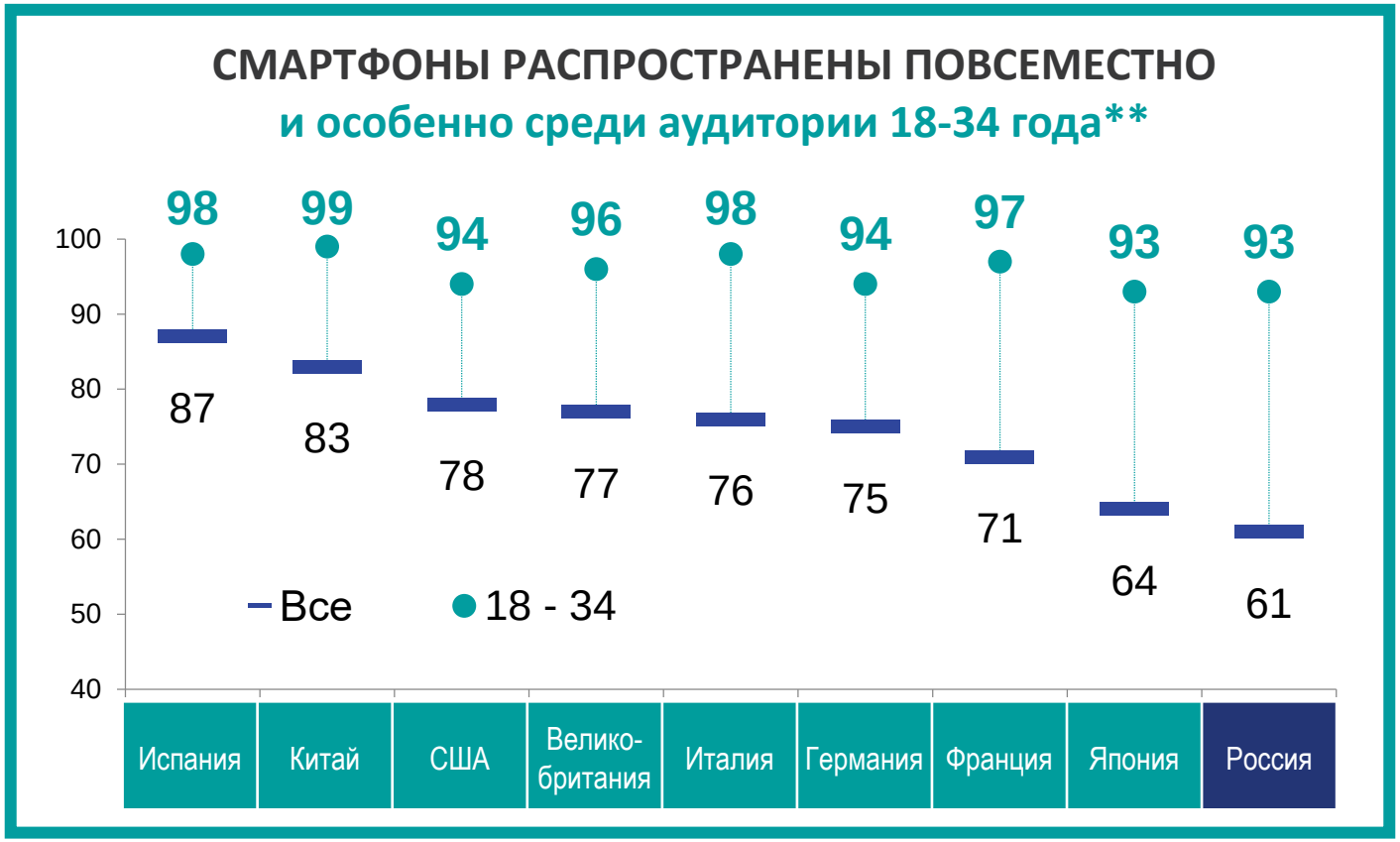
ИССЛЕДОВАНИЯ DEVICE-AGNOSTIC ЭТО…

цифровой формат, при котором респонденты получают оптимальное отображение анкеты на любом типе устройства, с которого они её открывают

- Дружелюбный интерфейс и интуитивная навигация **очень существенно повышают процент заполняемости анкет** и минимизируют долю недозаполненных анкет.

- **Функциональность, проста, доступность** – основные принципы построения device-agnostic анкет. Учитываются новые технические требования разных устройств и браузеров.

ПОТОМУ ЧТО МИР СТАЛ МОБИЛЬНЫМ



61%

Проникновение смартфонов в России

**SOURCE: The Connected Consumer Survey 2019*

**www.statista.com*

СМАРТФОНЫ – ЧАСТЬ НАШЕЙ ЖИЗНИ

Какими возможностям и смартфона пользовались?

Источник: Ipsos РосИндекс. Города 100 тыс +, россияне 10-75, пользуются смартфонами

© Ipsos | Тренды в маркетинговых исследованиях

МЕНЯЮТСЯ ПРИВЫЧКИ НАШИХ ПАНЕЛИСТОВ

Все больше людей заходят в панель через смартфон

2015

27%

2019

77%

79%
(14% в 2015)

Source: % SMP Ownership (Ipsos Global Active Panel)

ПРЕИМУЩЕСТВА

- ВОВЛЕЧЕНИЕ РЕСПОНДЕНТОВ
- РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТЬ ВЫБОРКИ
- ХОРОШЕЕ КАЧЕСТВО ДАННЫХ
- ЛУЧШЕ ОХВАТ
- ЛЕГЧЕ НАЙТИ ТРУДНОДОСТИЖИМЫЕ ГРУППЫ
- УСТОЙЧИВОСТЬ ВЫБОРКИ

© Ipsos | Тренды в маркетинговых исследованиях

ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД

Использование интуитивного мышления в исследованиях рынка (Система 1)

ЖИЗНЬ В ЭРУ INFOBESITY

30 000

новых продуктов появляются на рынке каждый год

4 000 – 10 000

рекламных материалов ежедневно

Через

8 секунд

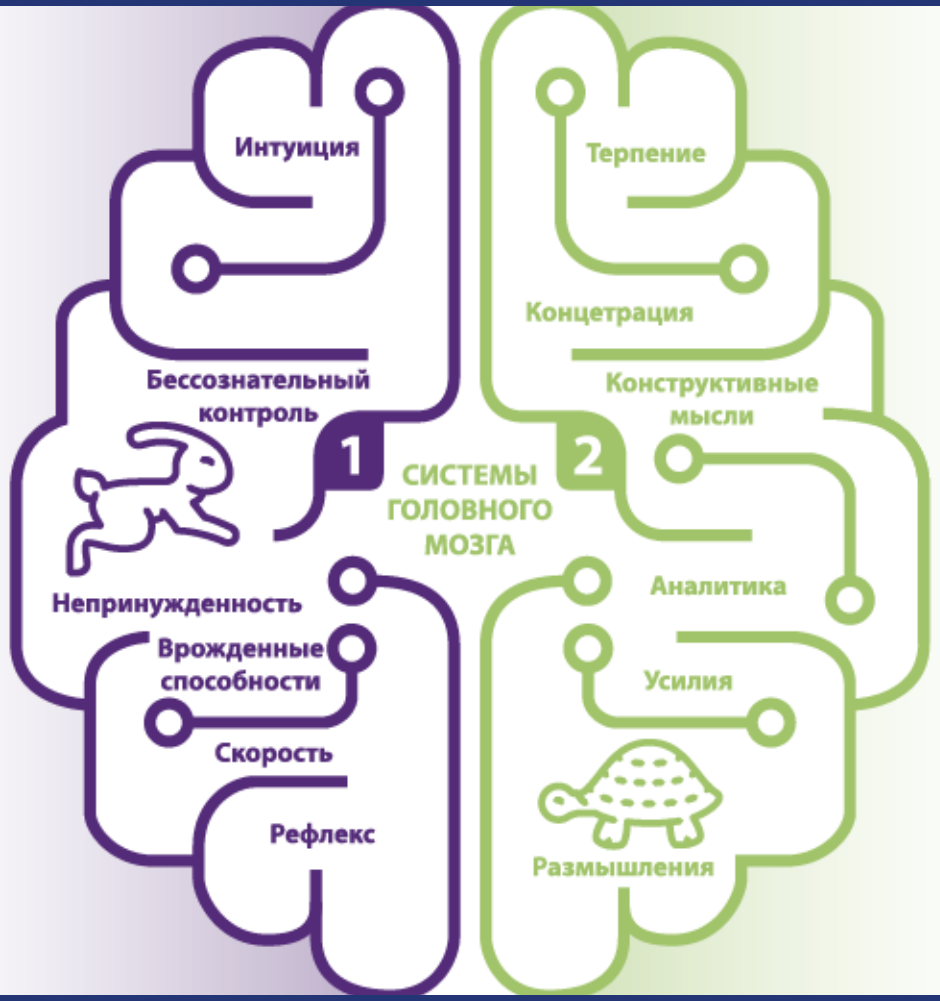
потребитель теряет концентрацию

СИСТЕМА1

быстрое и интуитивно-экспериментальное мышление

СИСТЕМА 2

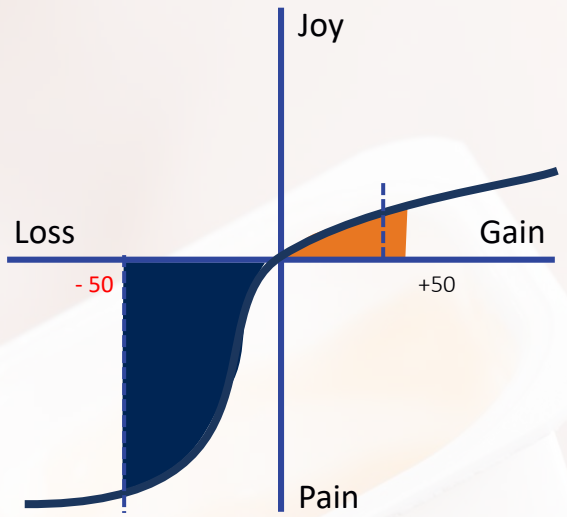
медленное и рефлективное мышление



Для него потери значат вдвое больше, чем выигрыши; это нормально”

Д. Канеман.
Думай медленно….
Решай быстро

ТЕОРИЯ ПЕРСПЕКТИВ



 © Ipsos | Тренды в маркетинговых исследованиях

Воспринимаемые потери от использования инновации

Преимущества от использования инновации

ПРИМЕР КОНЦЕПЦИИ ДЛЯ 30-СЕКУНДНОГО ТВ РОЛИКА

biobottle

biobottle

BIO BOTTLE. BIO WATER

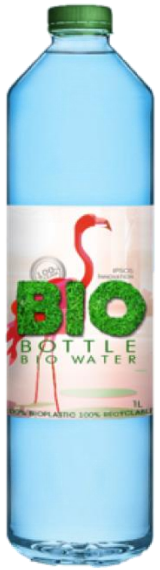
Вода необходима каждому для поддержания здорового и благополучного образа жизни.

При этом, в среднем человек использует 168 пластиковых бутылок в год, и только пятая часть отправляется в переработку. Объемы пластика, загрязняющего нашу планету, увеличиваются с каждой минутой. Поэтому в рамках динамичной жизни современного человека так сложно порой заботиться об окружающей среде и поддерживать водный баланс.

Новая бутилированная вода от Ipsos Innovation осуществляет заботу не только о тебе, но и о природе. Для создания упаковки мы использовали только возобновляемые источники: растения, микроорганизмы; которые разлагаются в окружающей среде естественным образом. Поэтому теперь, выбрасывая новую полностью биоразлагаемую упаковку из 100% биопластика, ты не наносишь вреда природе. А обогащенная микроэлементами Артезианская вода из глубоких подземных источников насыщает организм витаминами и минералами

МЫ ЗАБОТИМСЯ О ПРИРОДЕ, ПОКА ПРИРОДА ЗАБОТИТСЯ О ТЕБЕ!

ЦЕНА: 99 РУБЛЕЙ ЗА 1Л.



ПРИМЕР КОНЦЕПЦИИ В ФОРМАТЕ «ТВИТТЕР»

biobottle

biobottle

BIO BOTTLE. BIO WATER

Вода нужна каждому.
Но сложно заботиться об экологии, когда загрязнение пластиком растет с каждой минутой.

Новая бутилированная вода от Ipsos Innovation заботится **не только о тебе, но и о природе**

— Полностью биоразлагаемая бутылка из 100% биопластика создана из возобновляемых ресурсов: растений, микроорганизмов.

— Обогащенная микроэлементами артезианская вода насыщает организм витаминами и минералами.

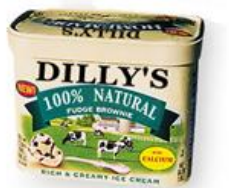
МЫ ЗАБОТИМСЯ О ПРИРОДЕ, ПОКА ПРИРОДА ЗАБОТИТСЯ О ТЕБЕ!

ЦЕНА: 99 РУБЛЕЙ ЗА 1Л.

ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ ПОДХОД В IPSOS INNOVATION TESTING

Какой продукт лучше отвечает вашим ожиданиям?

Dilly's – полностью натуральное мороженое с кальцием



$5,99 за галлон

- 50% рекомендованной диетологами дневной нормы кальция
- Улучшает здоровье костей
- Все ингредиенты натуральны
- 5 великолепных вкусов

<подгрузить бренд>

ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ ВЫ ПОКУПАЕТЕ ЧАЩЕ ВСЕГО

ЧТО БЫЛО ВЫБРАНО
Выбор по RED-метрикам

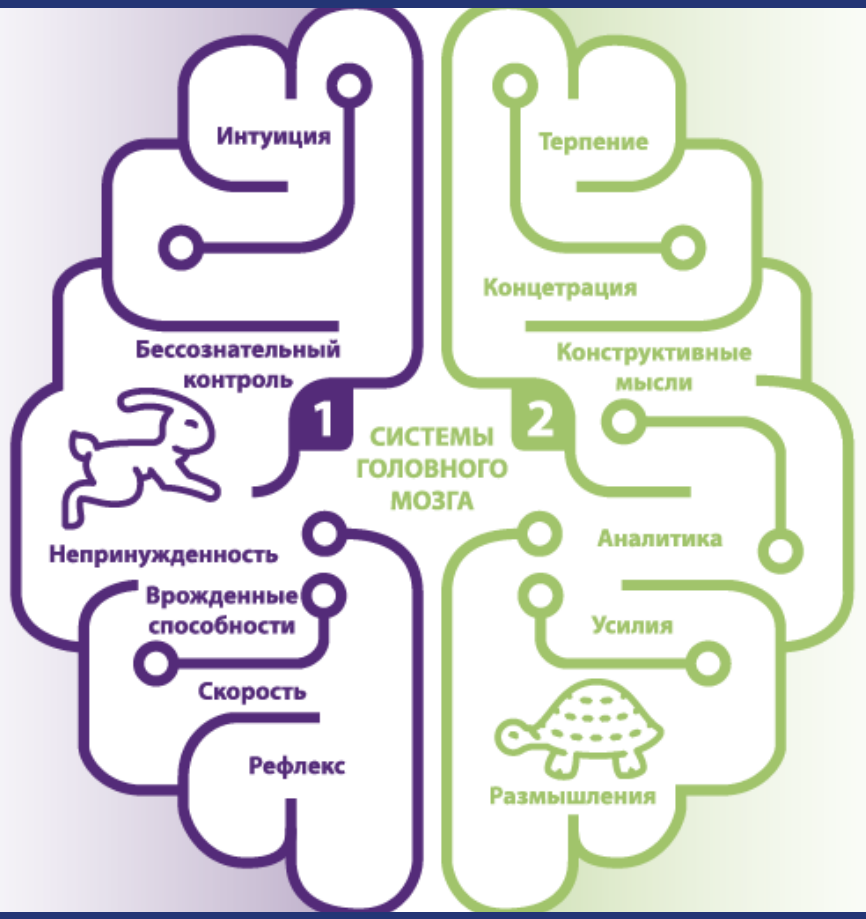
УВЕРЕННОСТЬ ВЫБОРА
Время реакции

ЧУВСТВА, СВЯЗАННЫЕ С ВЫБОРОМ
Свободный текст
“Что приходит на ум…”

МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Если бы классические опросы были детьми, то они были бы наказаны в углу”

Ipsos Views
Is your research on its best behavior? // Feb 2019



BIG DATA & AI

Мода или классика?

МОДА НА ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ

Хотя у нас больше возможностей выбора, чем когда-либо раньше в истории, мы разучились по-настоящему внимательно относиться к тому, что выбираем

Юваль Н. Харари
Homo Deus

IPSOS SCIENCE CENTER

НА ПРАКТИКЕ ВСЕ НЕ ТАК ОДНОЗНАЧНО

ИИ может решать только узкоспециализированную задачу

Нет универсальных алгоритмов

Модели работают со словами, но не понимают смысла текстов

ПЕРСПЕКТИВЫ BIG DATA И AI НЕОСПОРИМЫ, НО ИНОГДА КЛАССИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ РАБОТАЮТ ЛУЧШЕ.

ВАЖНО ДЕЛАТЬ РАЗУМНЫЙ И ОСМЫСЛЕННЫЙ ВЫБОР.

Powered by Ipsos Science Center

В ЧЕМ СЕКРЕТ УСПЕШНОГО РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ?

Знать путь и пройти его —
не одно и тоже.

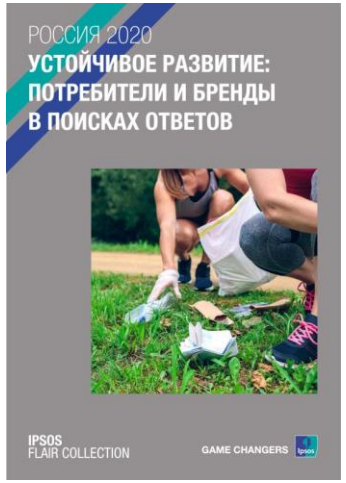
Морфеус. «Матрица»

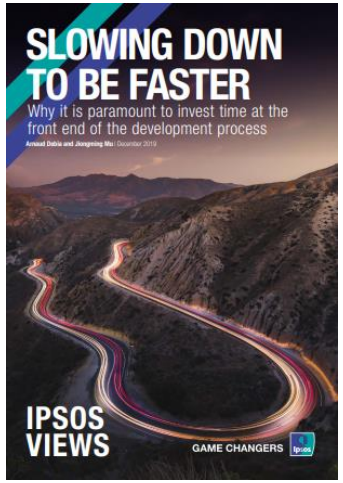
Истинный эксперт всегда готов делиться своим знанием

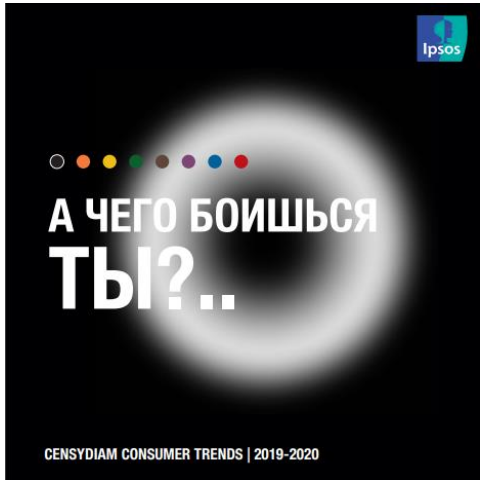
Жан-Марк Леш,
Со-основатель Ipsos

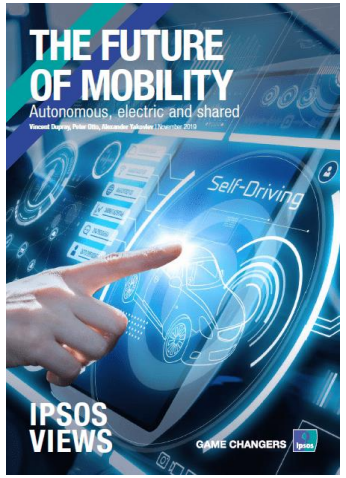
Ipsos Knowledge Center

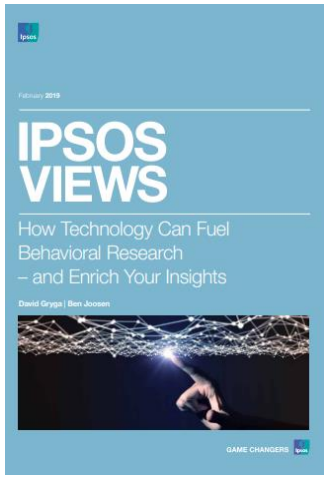
БОЛЬШАЯ БАЗА ЗНАНИЙ В ОТКРЫТОМ ДОСТУПЕ











YOUTUBE КАНАЛ IPSOS В РОССИИ

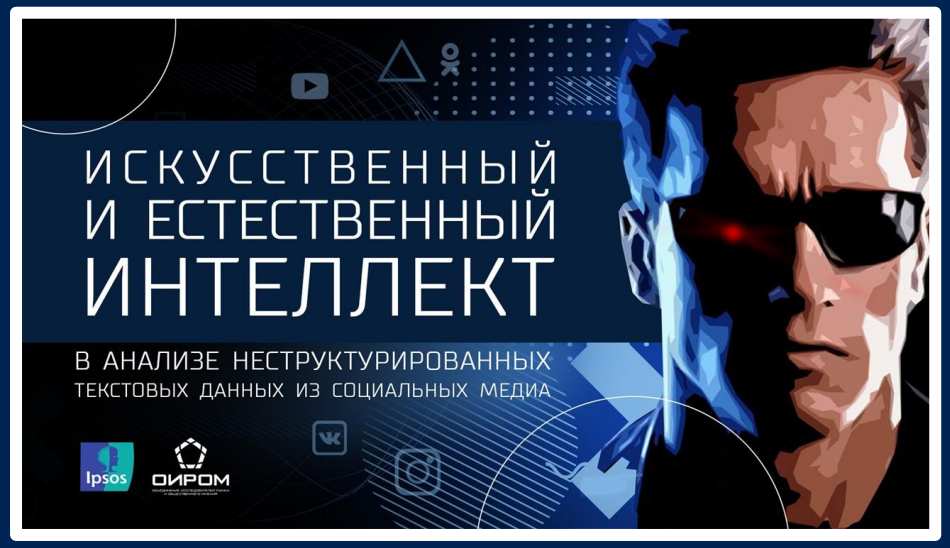
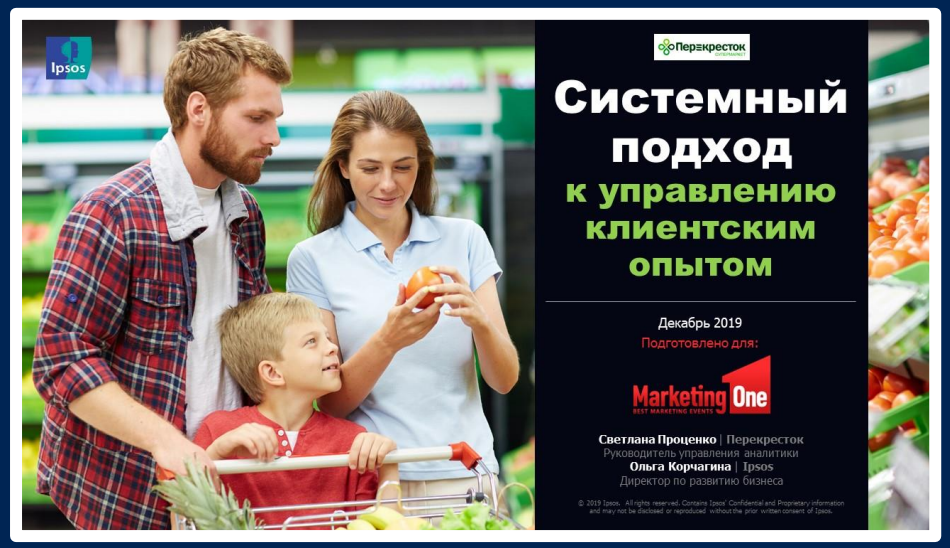
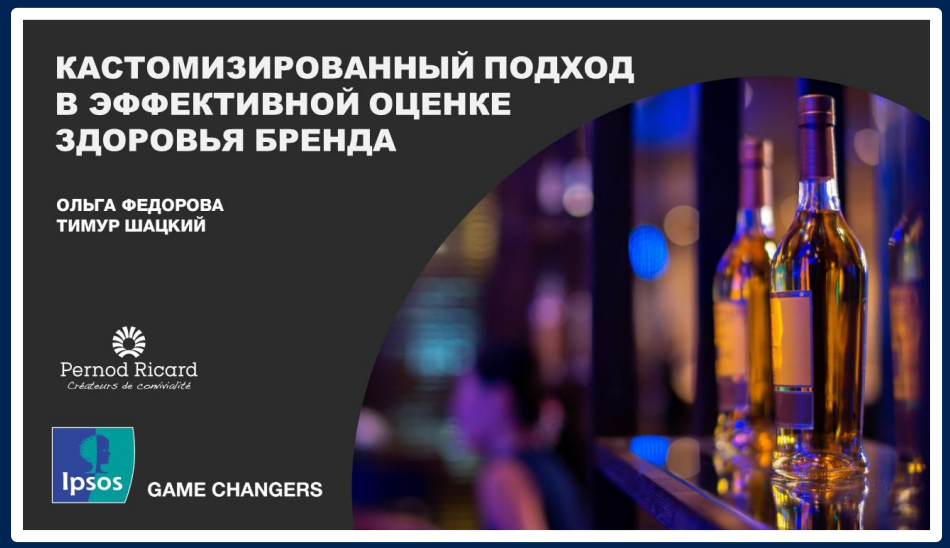
Рассказываем о применении
современных технологий в исследованиях

ИЗМЕНЯЯ РЕАЛЬНОСТЬ
ВИРТУАЛЬНАЯ И ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТИ

ИЗМЕРЯЯ
БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ

МОНИТОРИНГ И АНАЛИТИКА
СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ТЕСТИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ
ЗА 24 ЧАСА

FACIAL CODING
ИЗМЕРЯЯ БЕССОЗНАТЕЛЬНЫЙ ОТКЛИК НА РЕКЛАМУ

НАШИ СЕГОДНЯШНИЕ КЕЙСЫ