



**Высококачественные
маркетинговые
исследования**



ESOMAR Member

КТО МЫ?

Мы - компания, специализирующаяся на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет технологиях

Что мы делаем?

- Изучаем потребительское поведение
- Оцениваем эффективность рекламных кампаний
- Исследуем ценовую чувствительность
- Тестируем промо материалы, рекламные концепции и др.
- Изучаем имидж компании и/или бренда, и т.д.

Наша панель



Наша панель насчитывает более **80,000 человек**, что позволяет проводить репрезентативные исследования в городах с населением 500,000+

В городах с населением менее 500,000 человек проводятся специальные кампании по привлечению респондентов

Специализированные панели

Люди, принимающие / участвующие в принятии финансовых решений
/40,000/

Люди, покупающие продукты в семье **/25,000/**

Домохозяйки **/8,000/**

Дети 7-13 лет **/10,000/** (не включены общую панель)

Подростки и молодежь **/12,000/**

Владельцы ноутбуков **/10,000/**

Пользователи мобильной связи **/70,000/**

Автолюбители **/30,000/**

Мамы и беременные **/20,000/**

IT специалисты **/8,000/**

HR специалисты **/5,000/**

Бухгалтеры и финансисты **/5,000/**

Наниматели жилья **/30,000/**

Врачи **/5,000/**

Высокодоходная аудитория **/10,000/**

Путешественники **/50,000/**

Владельцы домашних животных **/35,000/**

Студенты **/8,000/**

Мы поможем вам:

- Выйти на новый рынок
- Вывести новый продукт/услугу
- Увеличить и удержать рыночную долю
- Провести репозиционирование
- Повысить эффективность рекламной кампании
- Тестировать креативные концепции
- И многое другое...

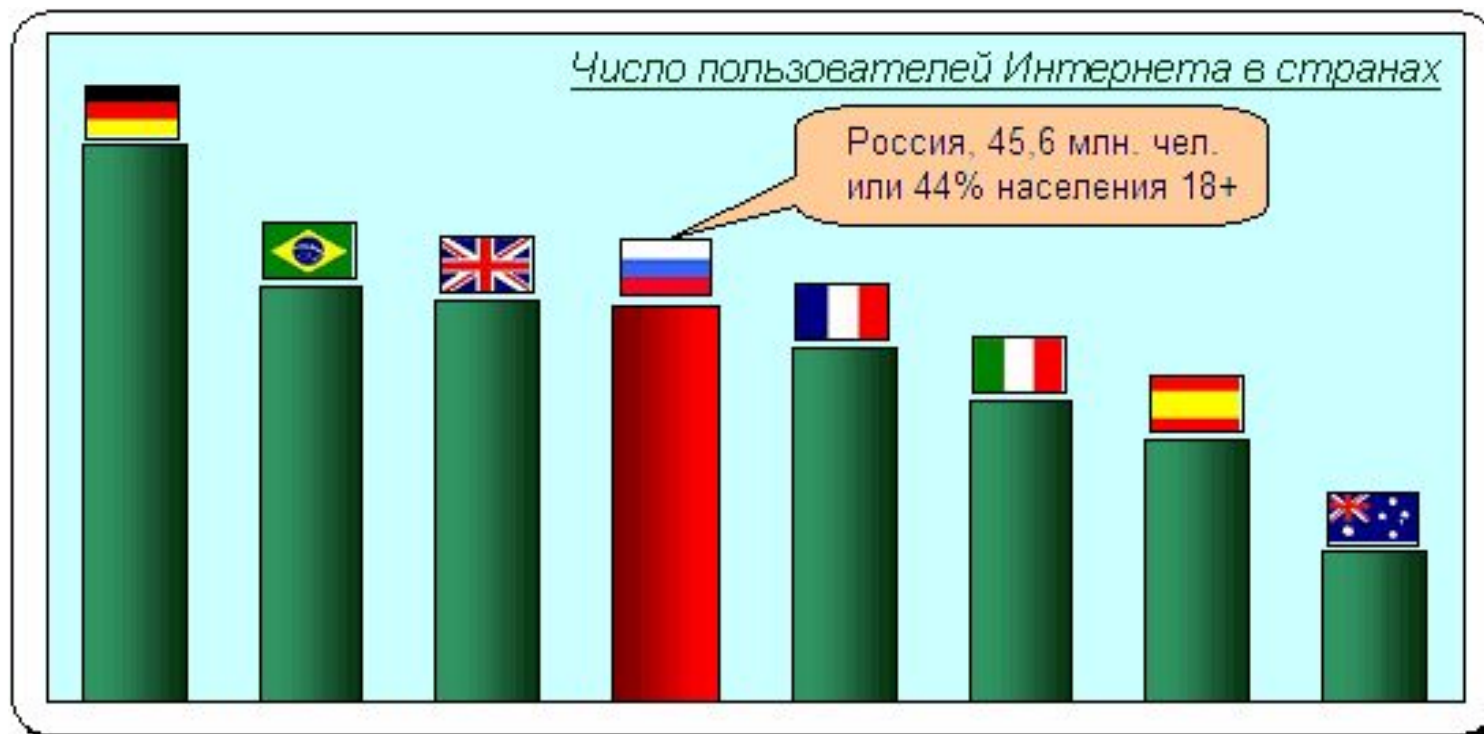
Как и какие исследования мы проводим?

Современные технологии позволяют:

- сократить время и стоимость исследования
- увеличить сложность исследований
- проводить все виды исследований:
 - опрос
 - фокус-группа

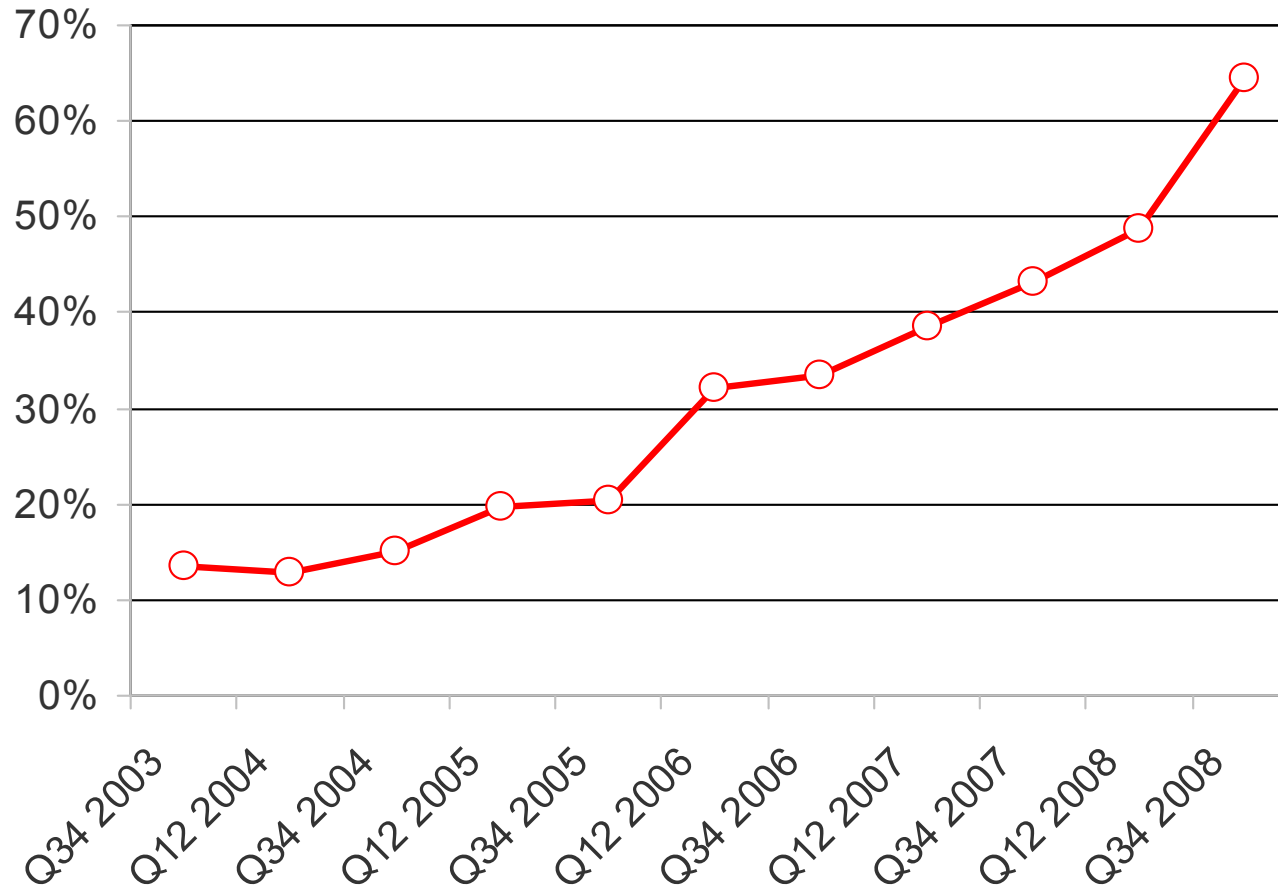
Доля Интернет пользователей в России

Проникновение Интернет



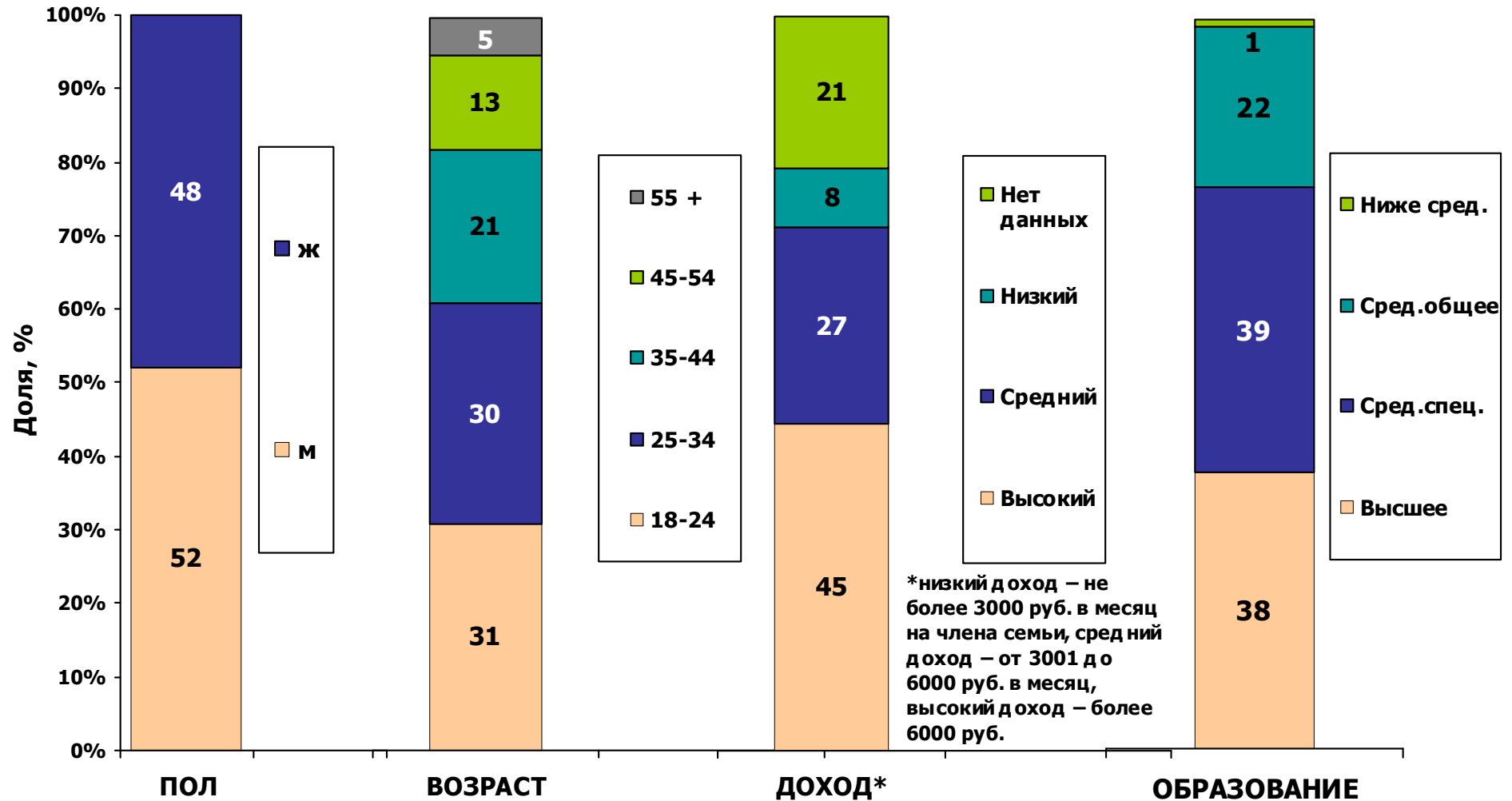
Доля Интернет пользователей в России

Проникновение Интернет
(города 1 млн.+)

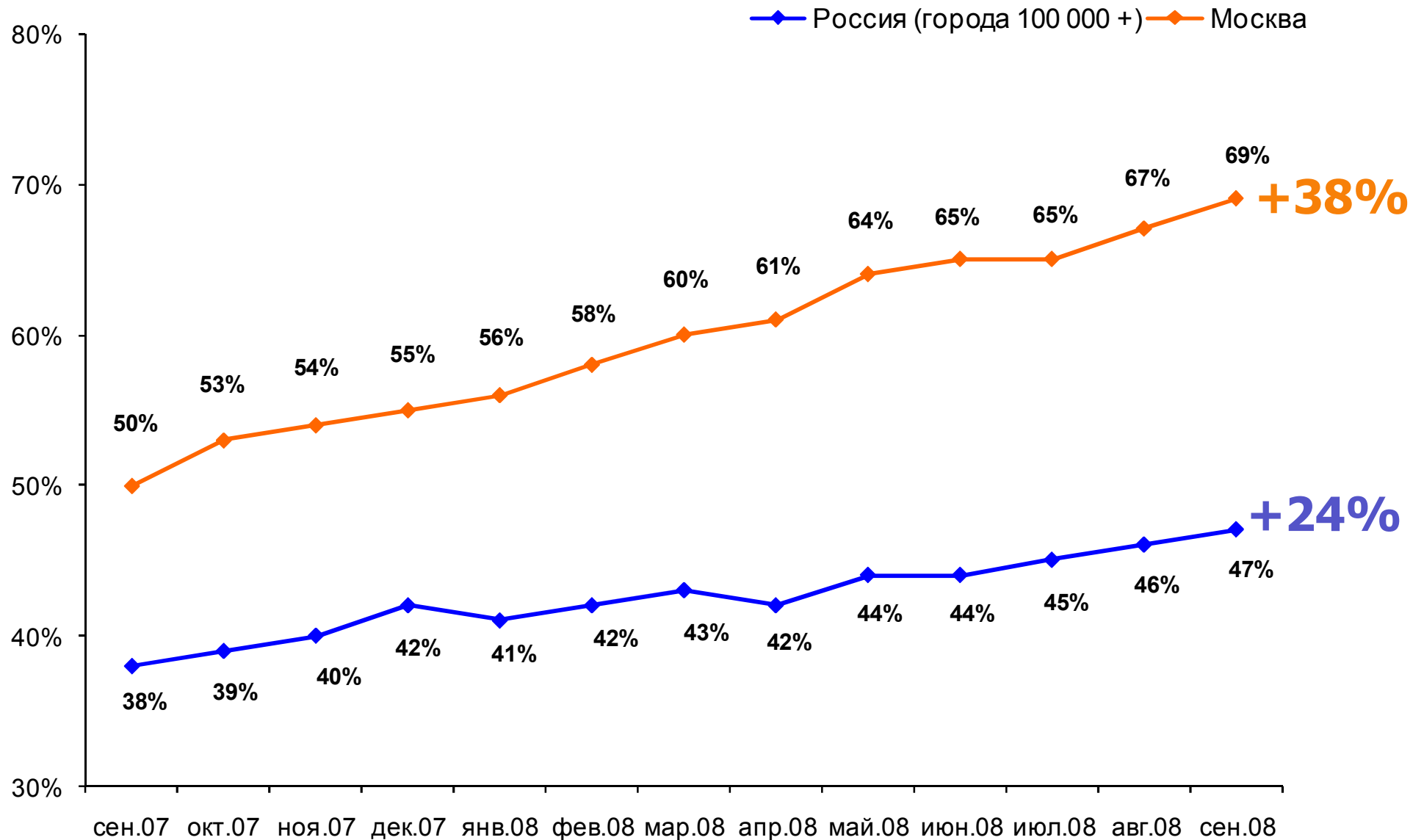


Учитывая динамику последних лет, текущее проникновение Интернет в городах М+ можно оценивать до 90% трудоспособного населения

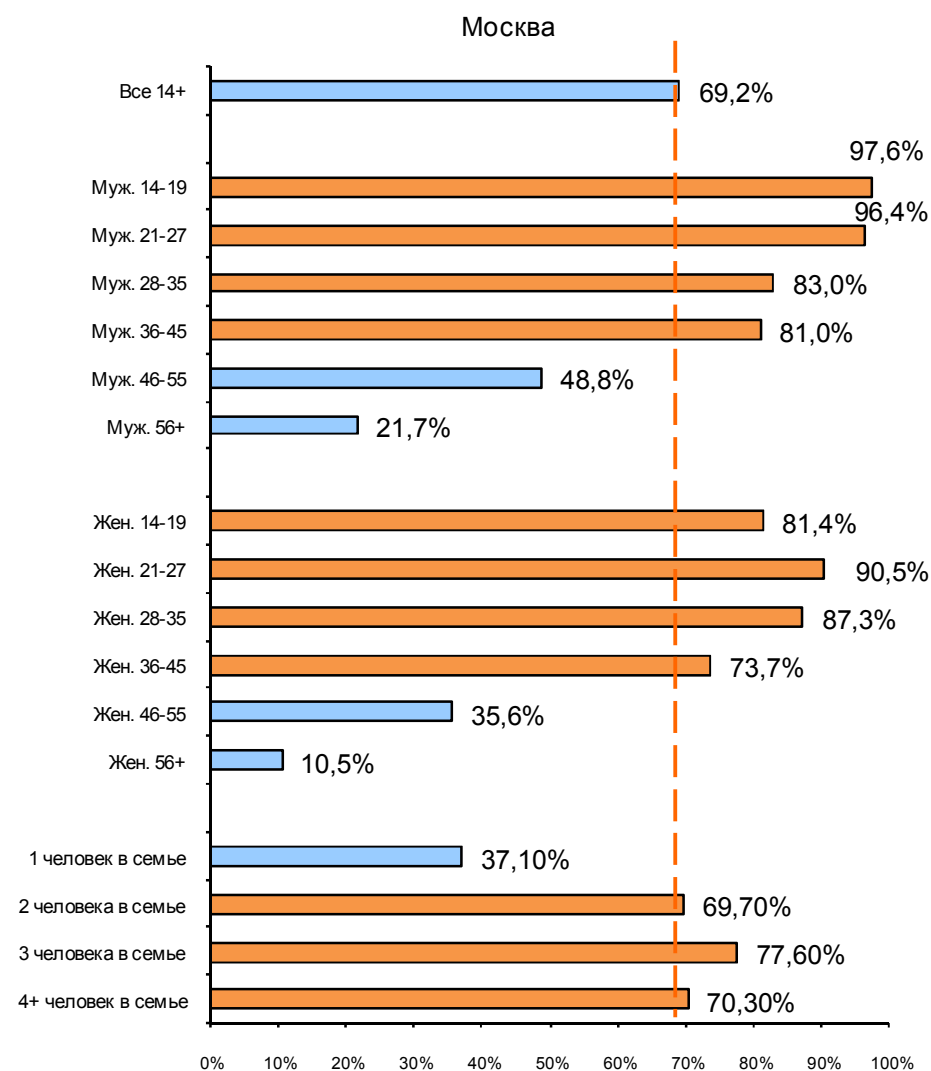
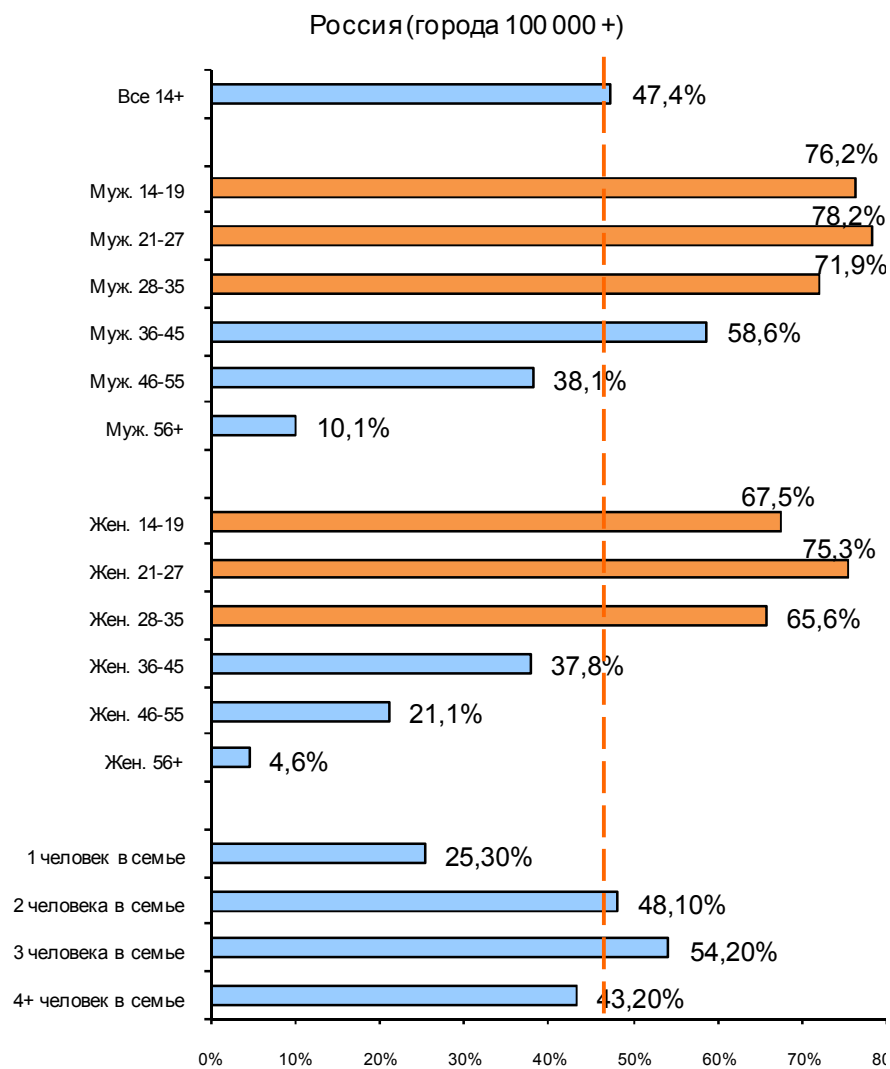
Структура пользователей Интернет



Проникновение Интернет (Население 14+)

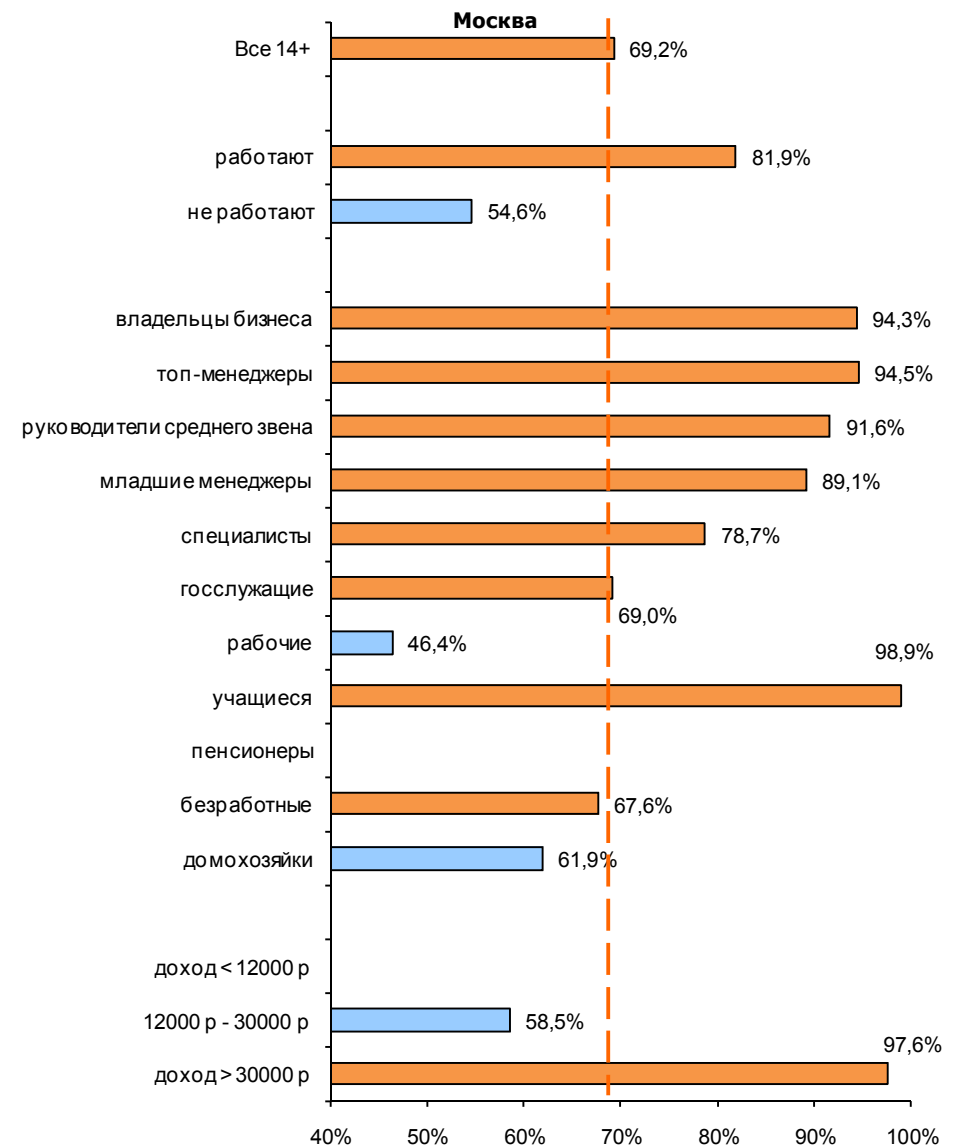
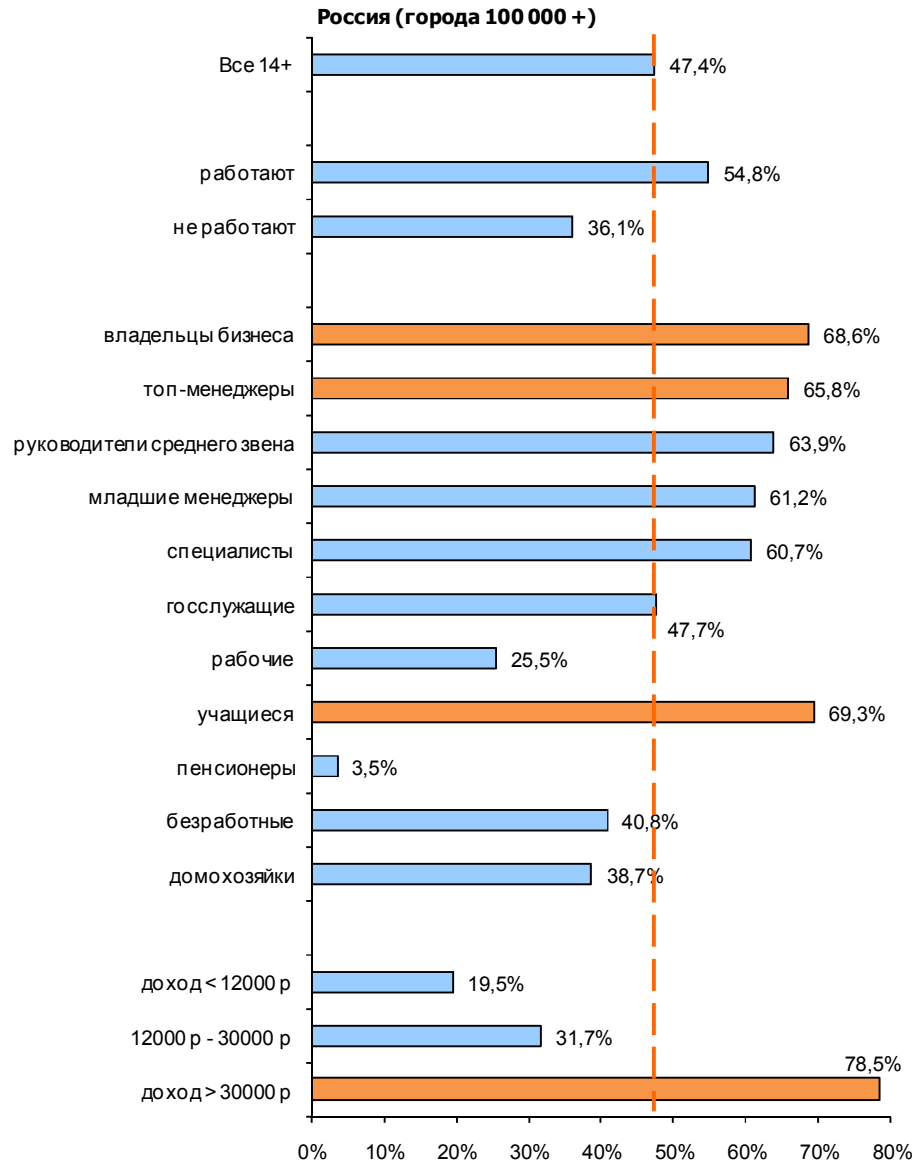


Проникновение Интернет в социально-демографических группах (Население 14+)

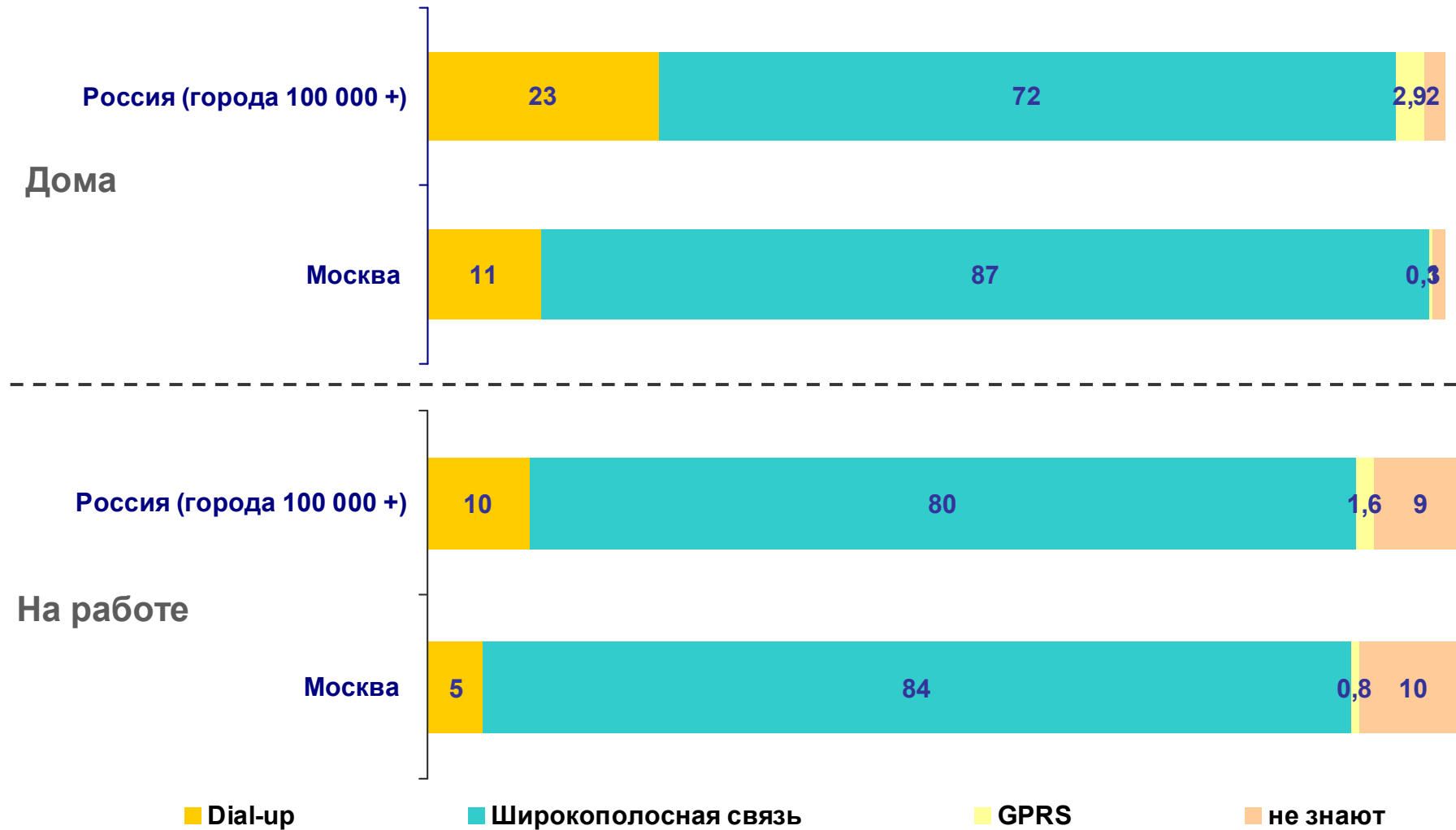


■ - Более 2/3 аудитории достижимо через Интернет

Проникновение Интернет в социально-демографических группах (Население 14+)



Тип соединения (Население 14+)



Кто наши респонденты?

Пол	%
Женский	39,43%
Мужской	60,57%
Всего	100%

Возраст	%
<=19	5%
20-29	36%
30-39	33%
40-49	15%
50+	11%
Всего	100%

Наши респонденты – представители молодых, обеспеченных, образованных и активных слоев населения

Образование	%
Среднее	24%
Среднее специальное	23%
Высшее	51%
Ученая степень	1%
МВА	1%
Всего	100%

Кто наши респонденты?

Личный ежемесячный доход	%
Меньше, чем 10,000 руб.	13%
10,001 - 15,000 руб.	16%
15,001 - 20,000 руб.	18%
20,001 - 30,000 руб.	16%
30,001 - 60,000 руб.	23%
60,001 - 125,000 руб.	8%
125,000 руб. и выше	4%
Нет ответа	3%
Всего	100%

Кто наши респонденты?

Город	%
Москва	24,8%
Санкт-Петербург	14,1%
Новосибирск	5,6%
Екатеринбург	6,0%
Нижний Новгород	5,7%
Самара	6,3%
Омск	5,2%
Казань	4,6%
Челябинск	5,1%
Ростов-на-Дону	5,2%
Уфа	3,9%
Пермь	3,6%
Волгоград	3,9%
Другие города	6,1%
Всего	100,0%

Наши респонденты живут в крупных городах РФ (с населением 500,000+)

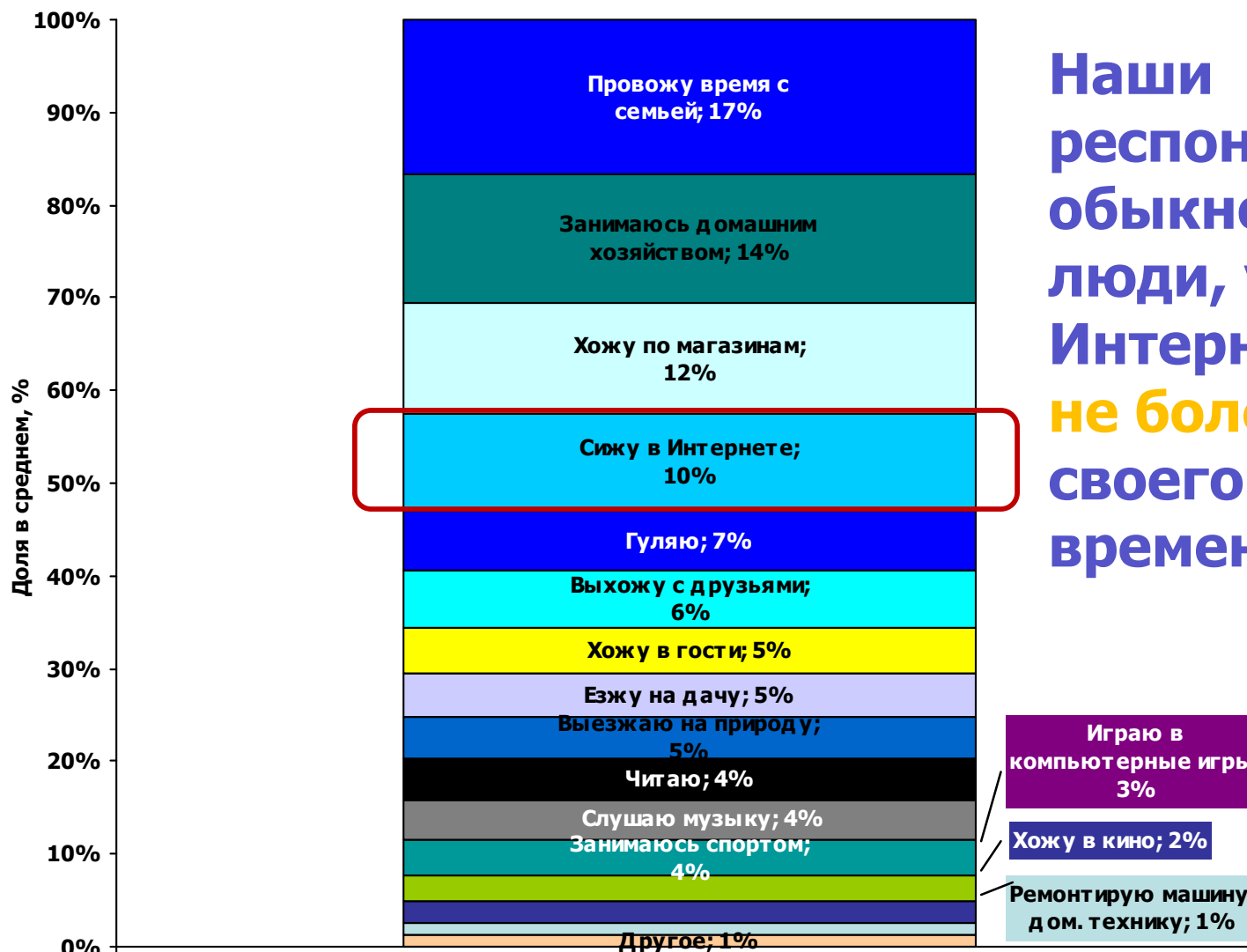
Респонденты из стран СНГ, которые не входят в основную панель, могут быть привлечены при необходимости:

Украина
Беларусь
Казахстан

СНГ панели

Украина	4665 человек	Беларусь	1796 человек	Казахстан	1433 человек
Киев	935	Минск	524	Алматы	166
Донецк	314	Гомель	180	Караганда	136
Харьков	259	Брест	140	Лисаковск	127
Одесса	239	Витебск	136	Усть-Каменогорск	94
Днепропетровск	217	Могилев	64	Астана	92
Запорожье	146	Гродно	58	Петропавловск	81
Львов	132	Полоцк	39	Павлодар	80
Луганск	122	Солигорск	28	Джезказган	70
Симферополь	91	Кобрин	27	Шымкент	69
Николаев	90	Бобруйск	24	Тараз	68
Севастополь	89	Светлогорск	23	Семипалатинск	58
Кривой Рог	82	Барановичи	22	Аксу	48
Полтава	80	Пинск	18	Аксай	46
Херсон	70	Жодино	18	Абай	37
Винница	64	Лида	13	Актюбинск	26
Чернигов	64	Борисов	12	Атырау	14
Сумы	56	Орша	11	Ленгер	13
Другие города (количество 50 человек и меньше)	1615	Другие города (количество 5 человек и меньше)	459	Другие города (количество 5 человек и меньше)	208

Кто наши респонденты?



Наши респонденты это обыкновенные люди, уделяющие Интернету не более 10% своего свободного времени

Как Вы проводите свое свободное время (Города с населением 500 000+)

Кто наши респонденты?

Автомобильный бизнес	2,6%
Административный персонал	2,8%
Банки/Инвестиции/Лизинг	3,1%
Безопасность	2,3%
Бухгалтерия/Управленческий учет/Финансы	6,6%
Добыча Сырья	0,9%
Закупки	1,5%
Инсталляция и Сервис	0,9%
Информационные технологии/Интернет	11,3%
Искусство/Развлечения/Масс-медиа	2,6%
Консультирование	1,6%
Маркетинг/Реклама/PR	4,7%
Медицина/Фармацевтика	2,6%
Наука/Образование	6,1%
Начало карьеры/Студент	10,7%
Некоммерческие организации	2,2%
Продажи	8,9%
Производство	10,7%
СМИ	1,5%
Спортивные клубы/Фитнес	1,1%
Страхование	1,0%
Строительство/Недвижимость	5,5%
Транспорт/Логистика	2,6%
Туризм/Гостиницы/Рестораны	1,9%
Управление персоналом/Тренинги	1,7%
Юристы	2,7%

**Наши
респонденты
работают в
различных
отраслях**

Как мы набираем респондентов в панель?

Респонденты набираются исключительно через Интернет. Регистрация и участие в опросах привлекательны для респондентов, так как они получают вознаграждение:

- за регистрацию,
- за заполнение анкет,
- за участие в конкурсах и партнерских программах,
- за своевременное обновление анкетных данных.








Как работает панель?

Пример запроса:

- мужчины от 25 до 32 лет с доходом от тысячи долларов, которые пользуются станком для бритья X.

- Мы выбираем из панели респондентов мужчин от 25 до 32 лет с доходом от тысячи долларов и приглашаем их заполнить скрининговую анкету.
- Респонденты, удовлетворяющие ключевому критерию, продолжают ответы на основные вопросы.
 - *При этом работает постоянный "счетчик" количества анкет, что позволяет набрать необходимую выборку в соответствии с заданными квотами.*

Почему online, а не «поле»?

-  • Дешевле
-  • Удобнее
-  • Быстрее
-  • Более достоверные результаты
-  • Выборка на предварительном этапе
-  • Добровольное участие в опросах
-  • Обратная связь с респондентами

Online исследования достоверны и безопасны

Интернет-технологии снижают риск получения недостоверной информации, а также риск шпионажа со стороны конкурентов компании-заказчика.

- респонденты не знают, какие требования к ним существуют
- анонимность снижает риск обмана с целью завысить свой социальный статус
- мы выборочно проверяем анкеты
- информация о заказчике и предмете опроса закрыта для всех респондентов на всех этапах опроса
- в качестве дополнительной защиты используются «фильтры» на название компаний-конкурентов, отрасль и т.д.

Как проверяется качество панели?

- респондент участвует в исследованиях не чаще 4-х раз в месяц
- «реальность» респондентов проверяется путем выборочного телефонного опроса
- слепые ответы (накликивание, боты)
- проверяются системой учета времени ответа:
 - в зависимости от длины и сложности вопроса, а также количества вариантов ответов устанавливается минимальный лимит времени на заполнение
- online анкета не позволяет пропускать вопросы, в ней ограничено количество возможных ответов на один вопрос

Как готовится исследование?

Что делает заказчик:

- определяет цели и задачи исследования
- предоставляет описание целевой аудитории

Что делает команда Profi Online Research:

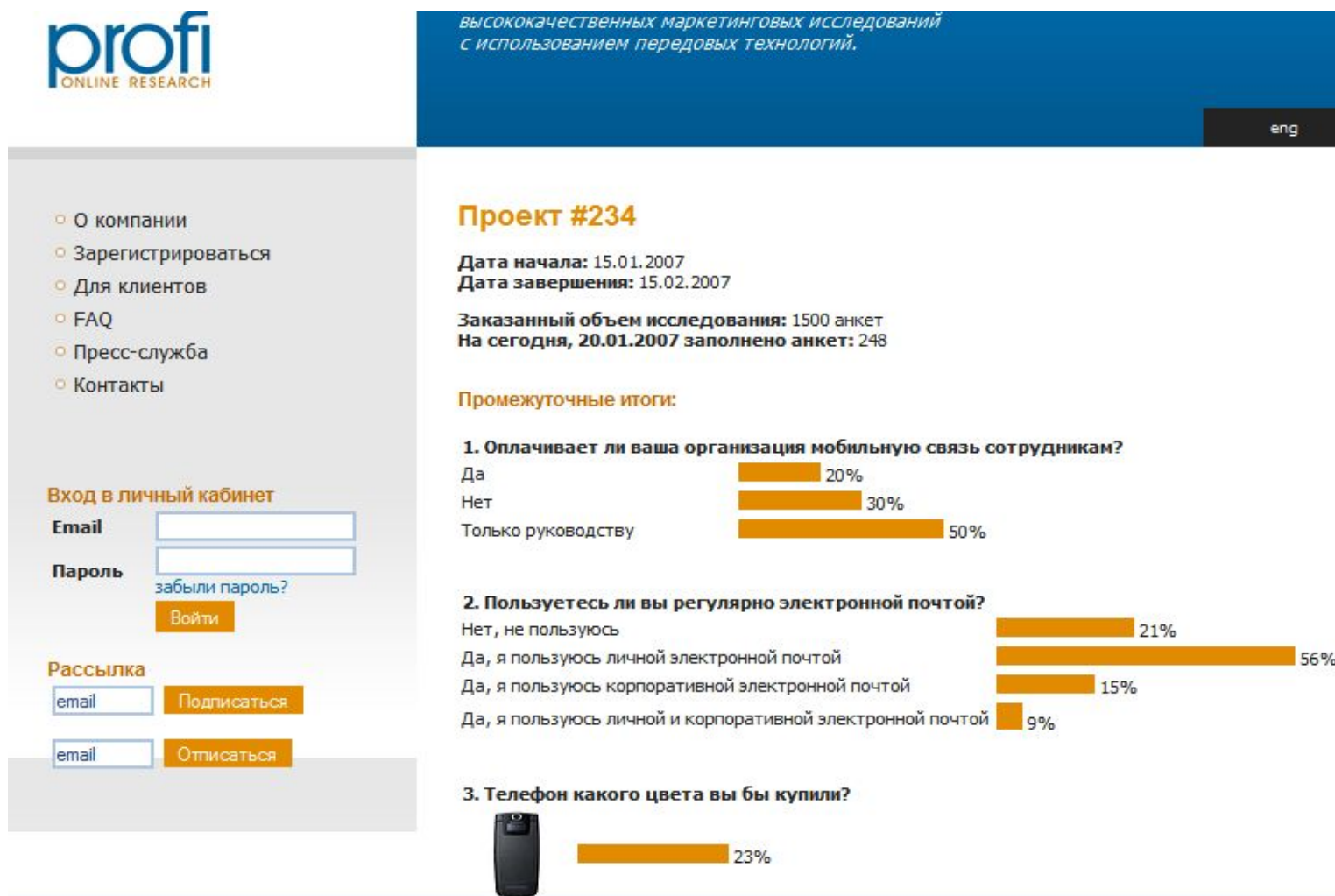
- определяет метод исследования
- составляет анкету
- программирует анкету под соответствующие способы сбора данных
- привлекает респондентов, которые будут отвечать на анкету
- проверяет качество ответов
- обрабатывает собранные данные и предоставляет отчет

Как проводится исследование?



Вы можете следить за ходом исследования

«Личный кабинет» на сайте позволяет клиенту иметь текущую информацию о ходе опроса:



profi
ONLINE RESEARCH

высококачественных маркетинговых исследований с использованием передовых технологий.

eng

- О компании
- Зарегистрироваться
- Для клиентов
- FAQ
- Пресс-служба
- Контакты

Вход в личный кабинет

Email

Пароль

[забыли пароль?](#)

Рассылка

email

email

Проект #234

Дата начала: 15.01.2007
Дата завершения: 15.02.2007

Заказанный объем исследования: 1500 анкет
На сегодня, 20.01.2007 заполнено анкет: 248

Промежуточные итоги:


1. Оплачивает ли ваша организация мобильную связь сотрудникам?

Да	20%
Нет	30%
Только руководству	50%

2. Пользуетесь ли вы регулярно электронной почтой?

Нет, не пользуюсь	21%
Да, я пользуюсь личной электронной почтой	56%
Да, я пользуюсь корпоративной электронной почтой	15%
Да, я пользуюсь личной и корпоративной электронной почтой	9%

3. Телефон какого цвета вы бы купили?

	23%
---	-----

Что влияет на цену исследования?

Основные факторы:

- количество респондентов
- "стоимость" респондента
- количество и сложность вопросов

Также влияют:

- «достижимость» целевой аудитории (доля целевой аудитории среди панелистов, которые готовы отвечать на вопросы анкеты)
 - Мы можем дополнительно собрать выборку под запрос заказчика
- необходимость сбора дополнительных данных для составления анкеты
- требования к отчету (например, отчет на русском и английском языках)



Наши клиенты



И многие другие...

Качественные исследования методом фокус-групп



Компания ProfiOnlineResearch предлагает проведение фокус-групп с любой целевой аудиторией: от простых потребителей до специалистов или экспертов любой области.

Мы полностью возьмем на себя всю организацию и подготовку проведения фокус-групп, а Вы будете наблюдать за ходом фокус-групп через одностороннее зеркало клиентской комнаты или в любом удобном месте через онлайн-трансляцию. Фокус-группы с конечными потребителями или другими участниками рынка дадут Вам ответы на многие вопросы «как?» и «почему?» и сделают Вашу Компанию ближе к рынку и своему потребителю, помогут сформировать уникальное и актуальное предложение, поднимут Ваш имидж и статус на рынке.



Качественные исследования методом фокус-групп «Классическая» фокус-группа с односторонним зеркалом

Уникальность ценового предложения компании ProfiOnlineResearch связано с использованием собственной панели респондентов для проведения рекрута участников фокус-групп. Рекрут с использованием панели ProfiOnlineResearch дополнительно гарантирует соответствие респондентов заявляемому профилю (пол, возраст, доход и т.д.).

Стоимость проведения фокус-групп: от € 1000 за 1 группу.

При проведении более чем 10 фокус-групп в одном городе, одна фокус-группа проводится БЕСПЛАТНО.

Конечная стоимость фокус-группы зависит от статуса (стоимости) одного участника, необходимости разработки/ подготовки доп.материалов для проведения и т.д.



Качественные исследования методом фокус-групп **Online streaming**

Для наблюдения за ходом фокус-групп осуществляется прямая онлайн-трансляция (online streaming) через камеру в фокус-комнате. Таким образом наблюдать за ходом фокус-группы и задавать уточняющие вопросы в онлайн режиме можно из любой точки мира, из собственного кабинета.

Online streaming является альтернативой клиентской комнаты с односторонним зеркалом. Преимуществом использования online streaming является экономия на командировочных расходах (если Клиент не в Москве), свобода передвижения Клиента во время групповой дискуссии (можно перемещаться с использованием wi-fi), экономия на аренде (ProfiOnlineResearch располагает собственной фокус-комнатой с online streaming).

Стоимость предоставления online streaming: € 100 в час*

* Дополнительно к стоимости проведения фокус-группы (рекрут, модерирование, отчет).

Качественные исследования методом фокус-групп

Online фокус-группа

Онлайн фокус-группа является альтернативой традиционным фокус-группам, более низкой по стоимости. Кроме того, транскрипт проведенной дискуссии доступен сразу после ее завершения.

Кроме финансовых преимуществ и более высокой оперативности, онлайн фокус-группа позволяет избежать некоторых недостатков традиционных фокус-групп – в частности, «ложное одобрение», искажающее результаты исследования при выводе нового продукта/ услуги на рынок, а также более высокая возможность быстро минимизировать влияние конкретного участника.

Онлайн фокус-группа позволяет влиять на ход дискуссии, задавать уточняющие вопросы и т.д. При необходимости в одной дискуссии могут участвовать респонденты из нескольких регионов.

Стоимость проведения online группы: от € 350 за 1 группу

Конечная стоимость фокус-группы зависит от статуса (стоимости) 1 участника, необходимости разработки/ подготовки доп.материалов для проведения и т.д.



Как начать работу с нами?

Вы можете заказать исследование на нашем сайте www.profiresearch.ru или связаться с нашими менеджерами по e-mail и телефону



Первая специализированная компания, которая создана для проведения высококачественных маркетинговых исследований с использованием передовых технологий.

elena@profiresearch.ru
victoria@profiresearch.ru

- О компании
- Зарегистрироваться
- Для клиентов
- FAQ
- Пресс-служба
- Контакты

Вход в личный кабинет

Email

Пароль

[забыли пароль?](#)

Рассылка

email

email

Регистрация клиента

Все поля обязательны для заполнения.

1. Предмет договора
1.1. Настоящий Договор является публичным договором-офертой (предложением юридического или физического лица, именуемого в дальнейшем «Заказчик», с Онлайн Ресерч», именуемого в дальнейшем «Исполнитель», на проведение и

2. Обязательства Сторон
2.1 Исполнитель обязуется:
2.1.1. Провести по поручению Заказчика исследования в соответствии с соглашением исследования.
2.1.2. Своевременно, не позднее чем в течение 3х рабочих дней, предупреждать Заказчика о параметрах исследований или невозможности его проведения.

Email

Пароль Пароль (еще раз)

Я соглашаюсь с вышеприведенной офертой и хочу зарегистрироваться

+7 (495) 930-06-93
+7 (495) 938-20-26
+7 (985) 258-60-85