



OMI



ONLINE MARKET
INTELLIGENCE

КОНФЕРЕНЦИЯ: ОНЛАЙН МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ИНСТРУМЕНТЫ И КЕЙСЫ

Сообщение:

«МОЖНО ЛИ ДОВЕРЯТЬ ОНЛАЙН ИССЛЕДОВАНИЯМ? ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА ПАНЕЛЕЙ»

Александр Шашкин
Генеральный директор OMI (Online Market Intelligence)

ТРЕНДЫ В ОБЛАСТИ СБОРА ДАННЫХ

- Пассивные измерения (RFID, камеры в магазинах, пипл-метры, сканирование чеков, eye-tracking и т.п.)
 - Онлайн исследования с использованием access-панелей, собственные панели клиентов (клубы потребителей)
 - Усложнение качественных методик (этнография, глубинки на дому, длительные наблюдения с помощью веб-камер и т.п.)
 - Новые типы исследований (блоги, Second Life, WOM, удобство веб-сайтов и т.п.)
-

Введение: Какие они бывают?

Онлайн
исследования

Технические
(число кликов,
переходов, время
на страницах
и т.п.)

Медийные
(измеряют
посещаемость и
аудиторию
сайтов)

Панельные
(исследования
с использованием
онлайн панелей)

Динамика затрат на онлайн исследования в мире* (USD млн)

	'08 (ПР)	'07	'06	'05	'04	'03	'02
Маркетинговые исследования							
США	1859	1665	1441	1216	1041	836	685
Европа	890	653	481	306	204	137	97
Япония	488	436	386	295	163	95	42
Остальной мир	697	544	399	256	145	88	47
ВСЕГО	3934	3298	2707	2073	1553	1156	871
Новые типы исследований**	385	264	188	146	112	86	64
ИТОГО в мире	4319	3562	2895	2219	1665	1242	935

*Источник: Inside Research, Март 2008

**Новые типы исследований включают изучение распространения слухов, частные панели, технические замеры в сети Интернет

Количественные исследования в США: оффлайн VS онлайн*

	ВСЕГО количественные исследования (\$млн)	Онлайн (\$млн)	Доля онлайн, %
2008 (ПР)	3694	1576	42,7
2007	3485	1398	40,1
2006	3288	1218	37,0
2005	3051	997	32,7
2004	2938	844	28,7
2003	2618	667	25,5
2002	2480	516	20,8
2001	2403	365	15,2
2000	2446	231	9,4

*Источник: Inside Research, Январь 2008

ТОЛЬКО КАЧЕСТВО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Что первично для
качественных онлайн
исследований?
«Качество» панелистов
или достоверность
информации?



Как измерить качество панелистов?

- Мотивация участия в панели
- Какие аспекты участия респонденты ценят больше всего?
- Что людям не нравится в проекте?



Эмпирическая основа

- Исследование удовлетворенности участников онлайн панели Anketka.ru
Три волны: Февраль, Май, Сентябрь 2008, случайная национальная выборка: N=650
онлайн интервью в каждой волне, Россия
- Кейсы онлайн панелей Anketka.ru and AvtoOpros.ru



Мотивация и типология



- ‘Любопытные’ – интерес, удовольствие (56%)
- ‘Ответственные’ – желание помочь производителям (23%)
- ‘Прагматики’ – вознаграждение (19%)

Мотивация и качество



Слишком большая доля людей в панели, заполняющих опросы за деньги, ставит под сомнение **качество такой панели** (Postoaka, 2002:114).



Система управления панелью должна быть направлена на удержание максимальной доли **любопытных и ответственных** респондентов



ГЛАВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ: ПОЗИТИВНЫЙ ОПЫТ

- пребывания на панельном портале
- заполнения анкет
- коммуникации с менеджерами панели и службой поддержки
- коммуникации с другими участниками панели?



Важные характеристики проекта

Характеристики	Рейтинг (1-я/2-я/3-я волна)
Интересная тема опроса	1/1/1
Частота получения приглашений к опросам	2/2/2
Отсутствие грамматических и орфографических ошибок в анкетах	3/4/7
Размер вознаграждения за заполнение анкеты	4/5/4
Наличие нескольких вариантов обналичивания накопленных денег	5/7/5
Регулярное получение новостей Анкетки	7/9/8
Внешний вид и дизайн анкет	7/8/9
Возможность отвечать на экспресс-опросы	-/6/6
Проект российский, а не иностранный	8/3/3
Благотворительность	9/10/11
Наличие возможности общения на сайте	10/12/13
Наличие развлекательных разделов на сайте	11/11/12
Рассылка поздравлений с Днем рождения	-/-/10

Разные люди – разные ценности

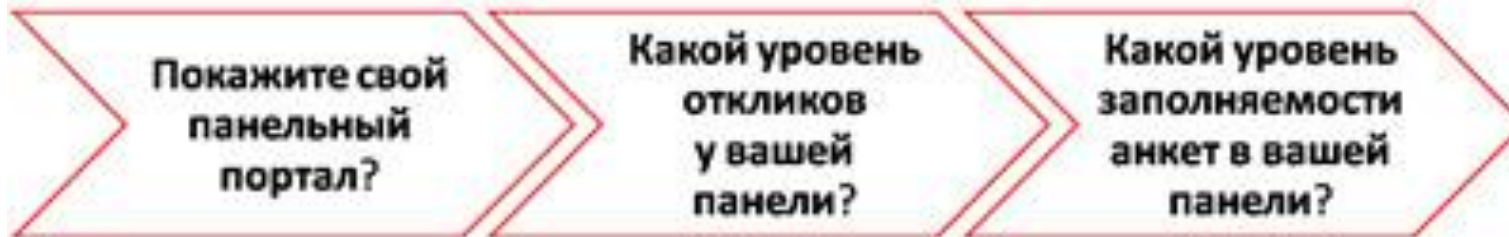
	Любопытные	Ответственные	Прагматики
1 место	Интересная тема опроса	Интересная тема опроса	Размер вознаграждения
2 место	Частота приглашений к опросам	Российский проект	Частота приглашений к опросам
3 место	Российский проект	Частота приглашений к опросам И Отсутствие ошибок в анкетах	Несколько вариантов обналичивания

Что не нравится панелистам?

Предварительный отбор перед каждым опросом	34%
Частота приглашений к опросам	20%
Необходимость оставлять личную информацию	13%
Длина опросов	11%
Другие причины	23%
Ничего	16%
Затрудняюсь ответить	17%

Как оценить качество панели?

Три вопроса:



- Увидев портал, можно сразу понять, каким образом люди попадают в панель, как они мотивированы, обеспечивается ли защита их информации.
- Высокий Response Rate говорит об активности и жизнеспособности панели, о том, что ее регулярно чистят и поддерживают. Это также значит, что панелисты ждут анкет и отвечают на них добросовестно.
- Уровень заполняемости анкет, прежде всего, показывает, правильно ли построена система стимулирования участников панели.

Портал для рекрутинга панели

Анкетка.ру | Право на собственное мнение | Онлайн опросы за деньги | Платные интернет опросы - Windows Internet Explorer

http://www.anketka.ru/ Поиск "Live Search"

Анкетка.ру | Право на собственное мнение | Онла...

АНКЕТКА.RU ВЫСКАЖИ СВОЕ МНЕНИЕ

ГЛАВНАЯ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ ВХОД В СИСТЕМУ О ПРОЕКТЕ ПОМОЩЬ/FAQ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

РЕГИСТРИРУЙСЯ И ПРИСОЕДИНЯЙСЯ К КОМАНДЕ!

МЫ НЕ ПРОСТО ЦЕНИМ ВАШЕ МНЕНИЕ, МЫ ЗА НЕГО ПЛАТИМ!

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ

МНЕНИЕ УЧАСТНИКА

Алекс, Нижний Новгород
Заполнил анкету - помог детям. Чудесно!

ХОЧУ СКАЗАТЬ!

ВАШЕ МНЕНИЕ ИНТЕРЕСНО КРУПНЕЙШИМ КОМПАНИЯМ

Microsoft Coca-Cola
McDonald's HP HEWLETT PACKARD
Билайн РОСНО

Безопасность портала и Ваших личных данных является нашим важнейшим приоритетом. Пожалуйста, ознакомьтесь с [Политикой конфиденциальности](#) и [условиями использования](#)

Готово Интернет 100%

УЧАСТВУЙТЕ



в автоопросах и зарабатывайте деньги!

Получите наличные или отправьте на БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ!



ВПЕРЕД! РЕГИСТРИРУЙСЯ!



Сколько машин - столько мнений

Автоопрос – это уникальный проект для людей с активной жизненной позицией. Зарегистрировавшись на Анкетке, Вы будете участвовать в интересных онлайн опросах, проводимых крупнейшими российскими и иностранными компаниями. Мы будем регулярно посылать Вам по электронной почте приглашения со ссылками на онлайн анкеты. За каждую полностью заполненную анкету Вы будете получать деньги – минимум 50 рублей!

Ваше мнение **ИНТЕРЕСНО**
крупнейшим компаниям



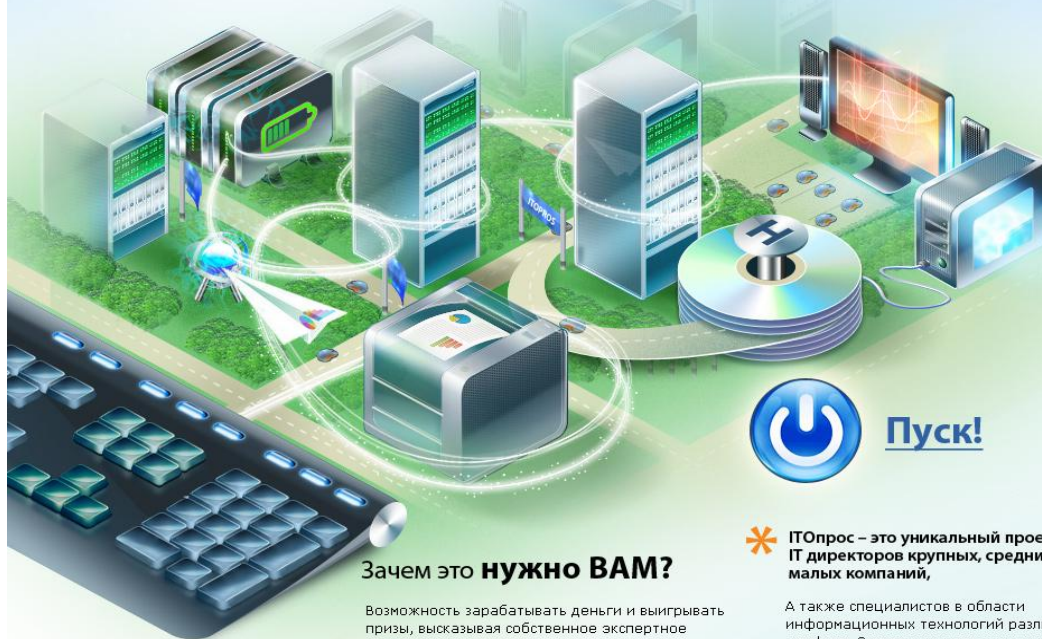
ИНФОРМАЦИЯ

защищена!

АВТОПРИКОЛЫ ...скоро!



ВЫ СОЗДАЕТЕ БУДУЩЕЕ IT ИНДУСТРИИ!



Пуск!

Зачем это нужно ВАМ?

Возможность зарабатывать деньги и выигрывать призы, высказывая собственное экспертное мнение.

Влияние на ключевые решения в области разработки новых продуктов и услуг ведущих мировых IT компаний.

Знания о новых тенденциях мира информационных технологий.

Возможность направлять заработанные деньги на благотворительность.

Уверенность в безопасности своих личных данных и отсутствие рекламы и СПАМа.

*** ИТОпрос – это уникальный проект для IT директоров крупных, средних и малых компаний,**

А также специалистов в области информационных технологий различного профиля. Зарегистрировавшись на портале ИТОпрос, Вы будете участвовать в маркетинговых исследованиях, проводимых крупнейшими российскими и иностранными компаниями-производителями железа и разработчиками софта. За каждую полностью заполненную анкету Вы будете получать деньги – от 200 рублей. Кроме того, Вы будете регулярно участвовать в розыгрышах призов: поездок на крупнейшие конференции и выставки по информационным технологиям, подписок на IT журналы, оплаты обучения и сертификации для Вас и Ваших сотрудников.

Заинтересованные респонденты



Панель OMI Anketka.ru:
Response Rate - 50%+
Completion Rate – редко ниже
90%.

Растущая лояльность:
Первая волна - 58%
рекомендовали панельный портал
своим друзьям и знакомым
Вторая волна – 61%
Третья волна – 65%

Только 9% панелистов думали об
отказе от участия

Симметричный ответ



Незаинтересованное участие
Низкий Response Rate и
недобросовестное поведение

«Романтически» настроенные люди с нефинансовой мотивацией покидают панель; продолжают участвовать только те, кто хочет заработать



Вместо заключения

Для соблюдения качества важно учитывать мнение участников панели

Существующие системы программного контроля качества работают не с причинами, а с последствиями плохого качества панелей

Недобросовестные действия связаны с желанием получить вознаграждения, не прикладывая усилий

НО

Дело не в том, что панелисты «плохие», просто мы иногда не можем удержать «хороших» людей



КОНТАКТЫ

Шашкин Александр

Online Market Intelligence

ashashkin@omirussia.ru

www.owww.omirussia.ru
