

РАБОТА НА РЕЗУЛЬТАТ
Workforresult



УралИНСО

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ
И МАРКЕТИНГОВЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
БЛОК ВОПРОСОВ**

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Омнибусное исследование – это исследование, проводимое одновременно для нескольких Клиентов.

В анкете исследования отдельными (эксклюзивными) блоками размещаются вопросы для каждого Клиента на интересующие его темы и общим блоком размещаются вопросы о характеристиках респондентов.

По итогам размещения эксклюзивного блока вопросов каждый Клиент получают Отчет по интересующим его показателям, с использованием (пересечением) показателей из общей части анкеты.

Преимущества омнибусного исследования

- Более низкая стоимость по сравнению с заказом индивидуального исследования. →
- Возможность мониторинга (повторения) исследования.

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Метод исследования - выборочный опрос населения/целевой группы по месту жительства респондентов.

Метод опроса – личное (face to face) интервью.

Генеральная совокупность – жители города Перми от 18 до 70 лет.

Выборка исследования - 1000 человек.

Параметры выборки – выборка репрезентативна взрослому населению Перми. Параметры выборки контролируется по полу, возрасту, и образованию респондентов.

Результаты исследования могут быть распространены на всю совокупность жителей Перми в возрасте от 14 до 70 лет. →

Максимальная ошибка выборки с вероятностью 0,95 - 3,2%.

ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Омнибусное исследование эффективно для решения следующих ЗАДАЧ:

- определение позиции компании на рынке (известность, потребление, доля рынка, лояльность, намерения покупки) и позиций конкурентов;
- определение величины и социально-демографического профиля различных целевых групп;
- выявление требований и мотивов потребителей массовых товаров и услуг;
- оценка эффективности рекламной кампании;
- выявление медиа-предпочтений целевых групп.



ПРИМЕР ЭКСКЛЮЗИВНОГО БЛОКА ВОПРОСОВ

Цель исследования - определение известности компании, сравнительный анализ позиции компании с конкурентами.

ВОПРОС ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ В АНКЕТЕ:

1. Какие торгово-развлекательные комплексы (ТРК) города Перми Вы знаете? *

Результаты исследования

Результаты размещения эксклюзивного блока вопросов предаются Клиентам в виде эксклюзивного отчета, содержащего анализ полученных данных - цифровые таблицы, диаграммы, а также медиа-справку о предпочтениях целевой группы (телеканалы, радиостанции, газеты и журналы).

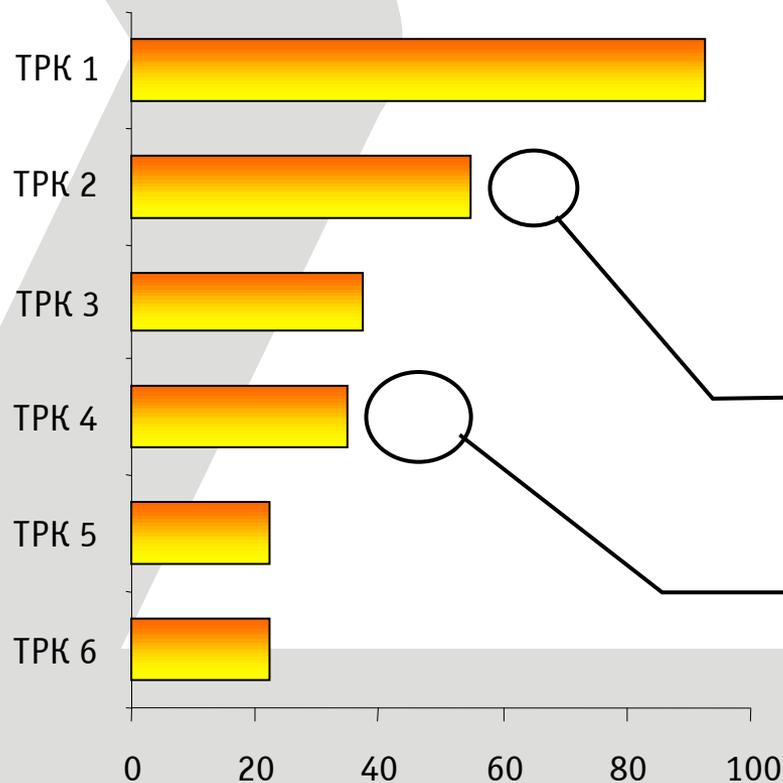
Отчетные материалы предоставляются в печатном и электронном виде.

** Тип вопроса – закрытый (с вариантами ответов).

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1.1 УРОВЕНЬ ИЗВЕСТНОСТИ

ИЗВЕСТНОСТЬ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ СРЕДИ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ ПЕРМИ*
(в процентах, тыс. человек)



По итогам исследования будет определен уровень известности компании среди всего населения Перми, а также уровень известности компаний конкурентов.

ВОЗМОЖНЫЕ ВИДЫ ДАННЫХ:

проценты (%) – ТРК 2 ИЗВЕСТЕН ... ПРОЦЕНТАМ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ ПЕРМИ.

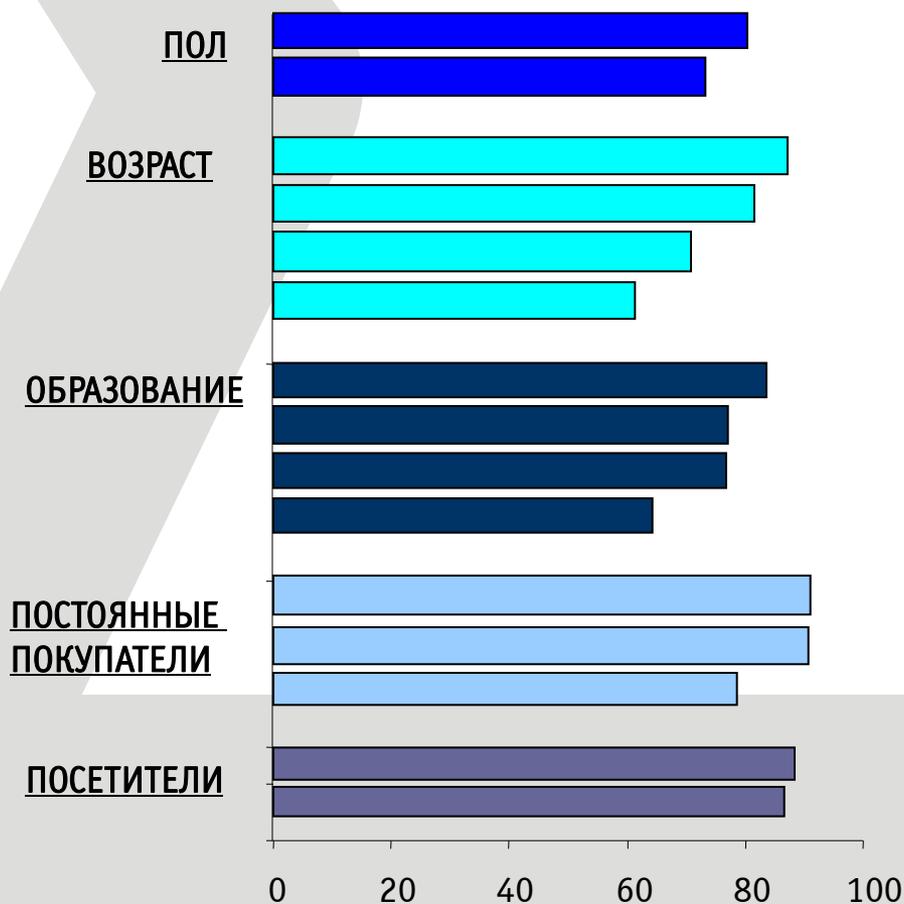
тыс. человек – ТРК 4 ЗНАЮТ ТЫС. ЖИТЕЛЕЙ ПЕРМИ В ВОЗРАСТЕ ОТ 14 ДО 70 ЛЕТ.

*Здесь и далее данные носят демонстрационный характер и не отражают результаты исследований

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1.2 АНАЛИЗ ИЗВЕСТНОСТИ В ЦЕЛЕВЫХ ГРУППАХ

ИЗВЕСТНОСТЬ ТРК В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ГРУППАХ (в процентах/тысячах человек)



По результатам исследования будут представлены данные об уровне известности компании (конкурентов) в разных социально-демографических и потребительских группах.

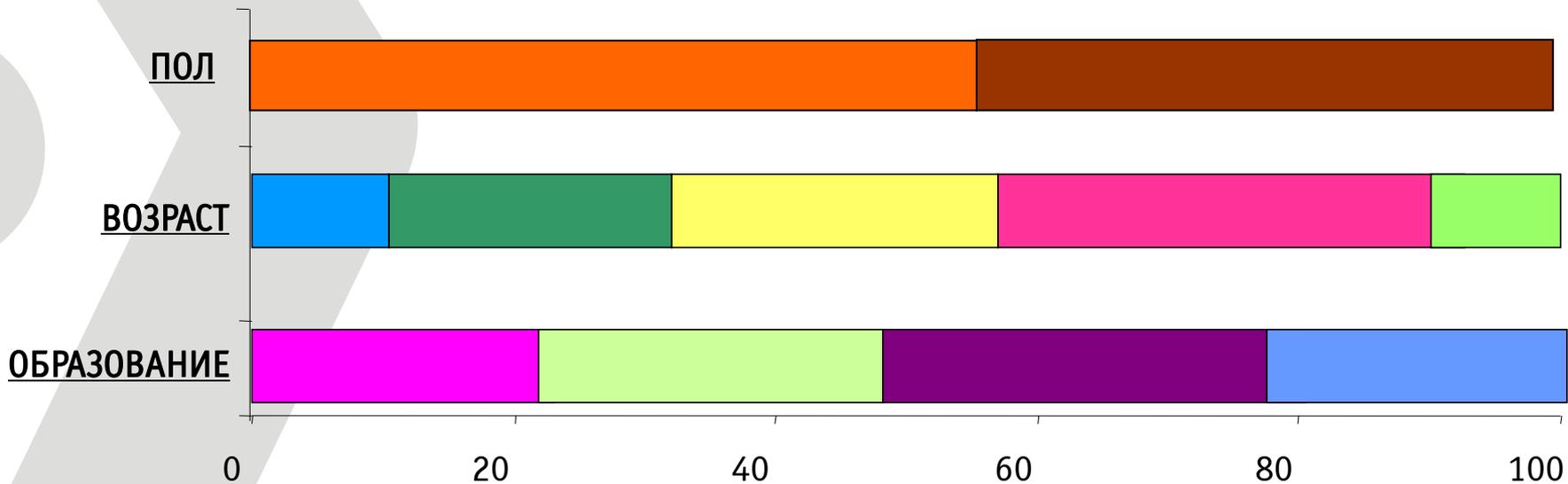
ВОЗМОЖНЫЕ ВИДЫ ДАННЫХ:

- проценты (%);
- в тысячах человек;
- Affinity index (индекс соответствия).

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

1.3 СОСТАВ ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ

ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВОЙ ГРУППЫ «ЗНАЮЩИЕ ТРК 1» (в процентах)



Для описания состава целевой группы используются все показатели из общей части анкеты, включая потребительские и социально-демографические характеристики.

ВОЗМОЖНЫЕ ВИДЫ ДАННЫХ:

- в процентах
- в тыс. человек

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

Сроки исследования

Общий срок исследования составляет 30-35 дней.

Срок исследования включает разработку и согласование вопросов, проведение исследования (опрос населения/целевой группы), обработку данных, подготовку отчетных материалов.

По желанию Клиента проводится презентация результатов исследования.

Стоимость участия

Стоимость участия зависит от количества и типа вопросов, включенных в состав данного исследования:

- стоимость 1 закрытого (с вариантами ответов) вопроса – 6 500 рублей.
- стоимость 1 открытого (без вариантов ответа) вопроса – 9 000 рублей.
- стоимость 1 табличного вопроса – 2 800 за 1 строку.

При размещении блока более 5 вопросов предоставляется скидка 10 %.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

МЫ ГОТОВЫ ОТВЕТИТЬ НА ВАШИ ВОПРОСЫ →

Пермь, Екатеринбург, Челябинск, Ижевск, Курган
тел. (342) 241-22-36, e-mail: inso@perm.ru

www.uralinso.ru