

ОМНИБУСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТИТУТА «УралИНСО»



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Омнибусное исследование - маркетинговое исследование, которое проводится одновременно для нескольких Клиентов по различным темам.

Результаты омнибусного исследования передаются 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).

Информация, полученная по итогам омнибусного исследования является собственностью Клиента.

По желанию Клиента проводится презентация результатов исследования.

Сроки проведения – два раза в год (весной и осенью).

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.

Целевая аудитория – жители Перми в возрасте от 18 до 70 лет

Выборка исследования – 1000 человек.

Параметры выборки контролируется по полу, возрасту, образованию и территориальному расселению по административным районам города.

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 особенно удобно 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.



СПЕЦИАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ БЛОК ВОПРОСОВ

Эксклюзивный блок вопросов - вопросы, размещаемые в стандартной анкете исследования, по заказу Клиента на интересующую его тему.

Количество вопросов, их формулировка зависит от решаемых задач и определяется в ходе совместной работы с Клиентами.



МЕДИА
справка

МЕДИА-СПРАВКА

Отчет, содержащий информацию о характеристиках и медиа-предпочтениях (телеканалы, радиостанции, газеты и журналы) одной целевой аудитории.

Основа медиа-справки - данные собственного исследования Института «УралИНСО».

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.

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.

Стоимость предоставления Медиа-справки – 6500 рублей.

При размещении блока более 5 вопросов предоставляется скидка 10%.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

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

www.uralinso.ru

