



Актуальные тренды и будущее развитие исследовательской отрасли



## СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ



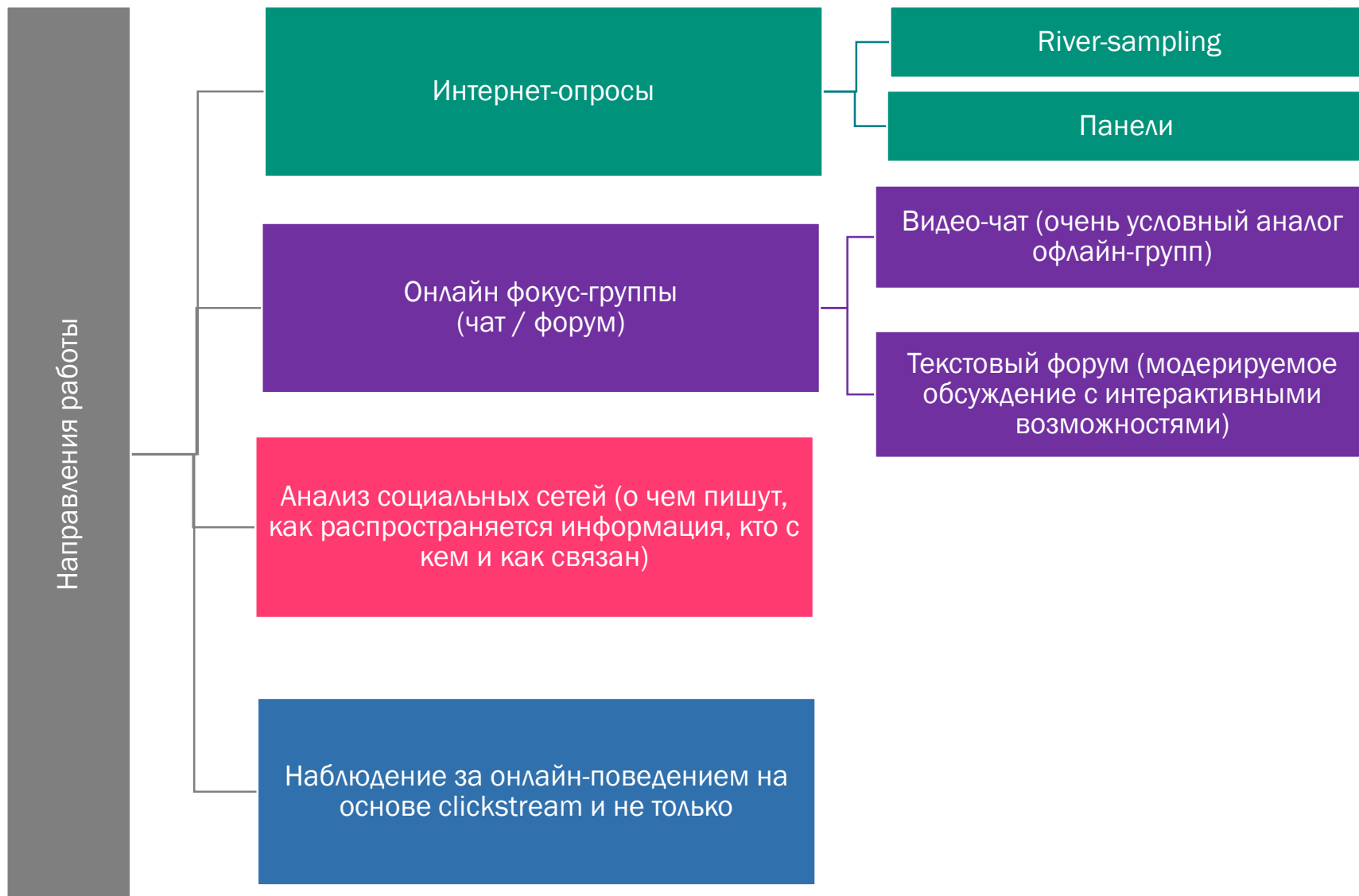
- **Ускорение** изменения **ценностных установок и модели поведения человека**
- Феномен «**connected people**» (человек, который постоянно на связи)
- **Старение населения**
- Рост **мобильности** населения
- Рост **индивидуализации** (мозаичность) - общее ослабление социальных связей
- **Усталость** населения от традиционных опросов

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ

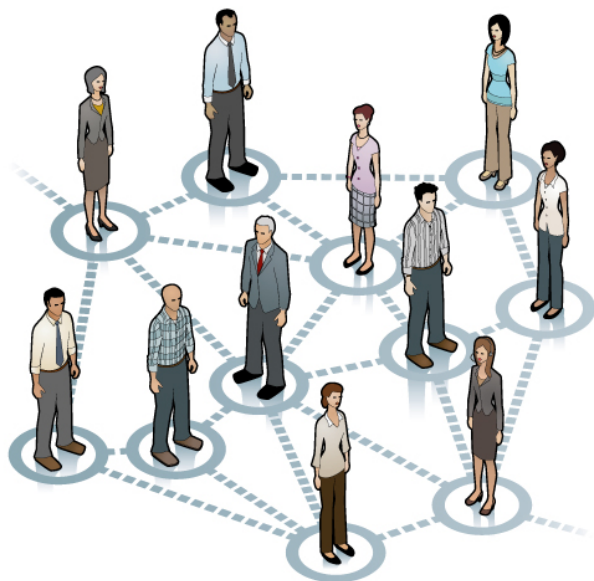


- **Чипизация** и возможность **тотальной фиксации** поведения индивидуума в мире
- **Машинное обучение, нейронные сети**
- Использование **Big Data** (Больших данных) для прогноза поведения и потребностей индивидуума
- Рост влияния **новых технологий** (4D-printing, расширенная и виртуальная реальность, нейротехнологии)
- «**Уберизация**», создание **IT платформ**

# Направления работы: что развиваем



## ПАНЕЛЬ



Современные технологии позволяют искать и идентифицировать респондента из целевой аудитории без предварительного рекрута в панель.

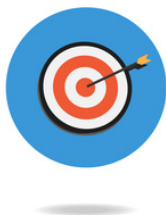
## RIVER SAMPLING



Идентификация  
респондента



Ищем труднодостижимую аудиторию



Обогащаем данные:

Декларация (ответы в вопросах) и реальные действия (поведение в интернете)



Повторное используем полученные данные в ходе опроса



# Онлайн фокус-групп не бывает...

## Основные виды качественных онлайн-исследований

### Онлайн видео-чат

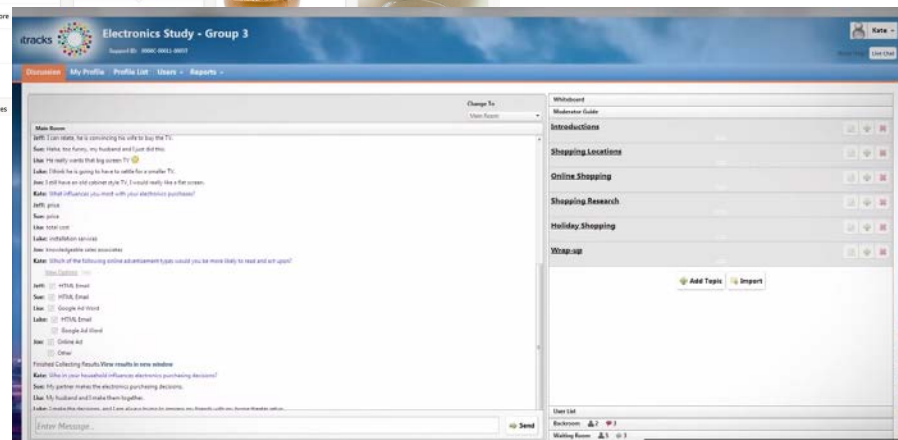
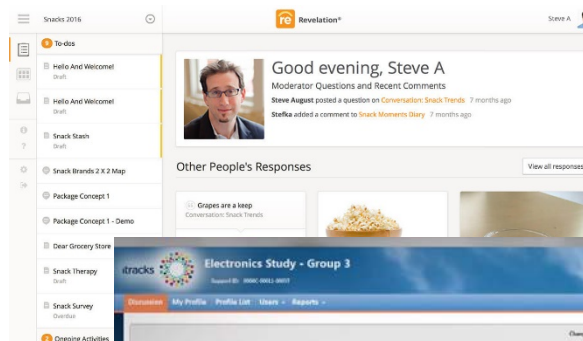
- Платформа для общения нескольких (до 8 человек) человек **в реальном времени** (до 2 часов)



Принципы ценообразования: аренда платформы (около **25 тыс. руб.** за 3 дня форума/ 1 час видео-чата)

### Текстовый форум

- **Асинхронная** дискуссия длительностью **3-5 и более дней**, число участников **десятки** (в одной группе около 20-30 человек, одновременно запускают несколько непересекающихся форумов)



## Другие возможности качественных онлайн исследований

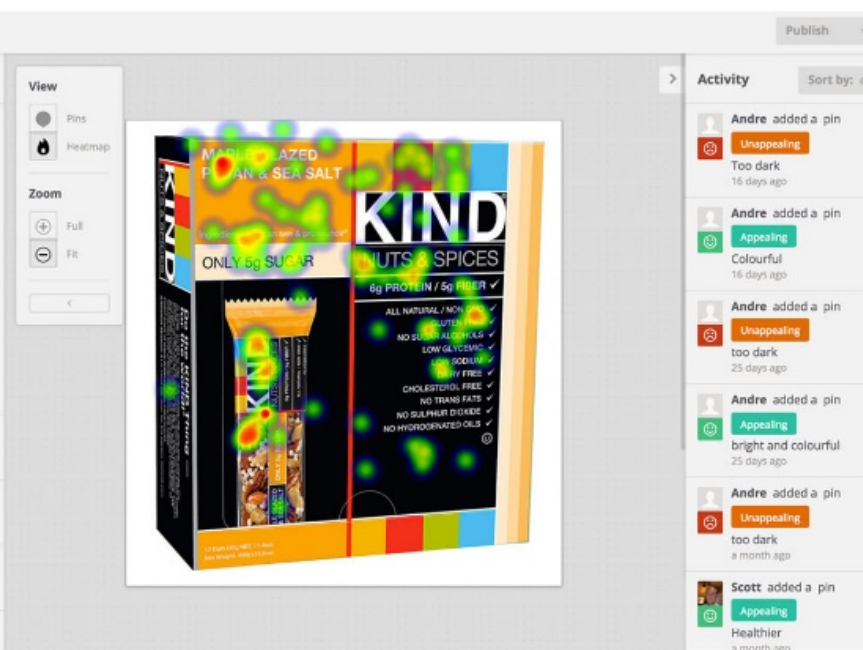


### Дополнительные методики:

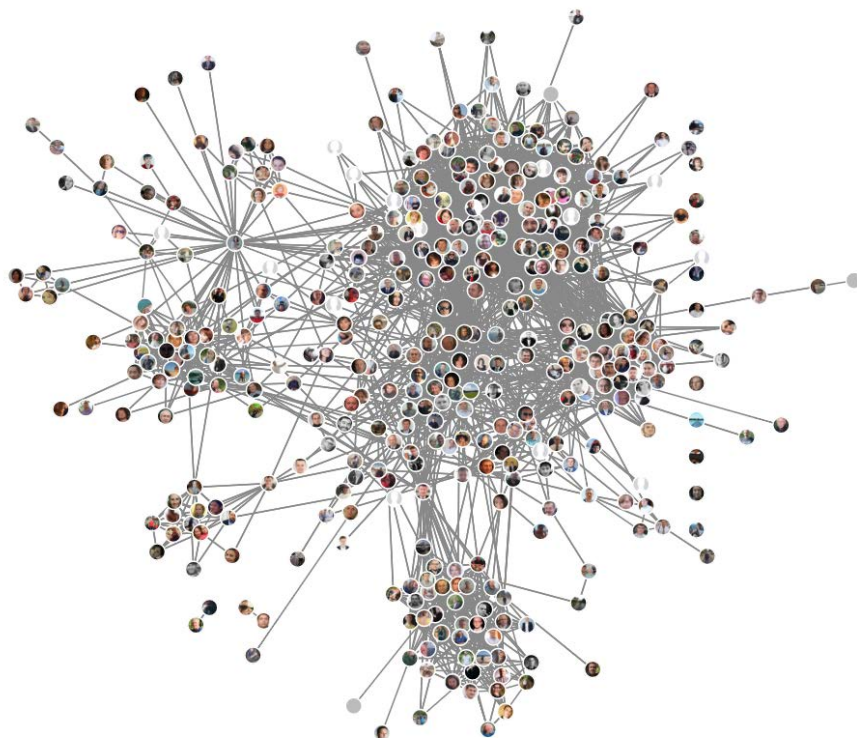
- **Индивидуальное** глубинное (полуформализованное) **видео-интервью**
- **Экспертные** онлайн-сессии (общий форум)
- **Этнографические** потребительские (и не только) исследования
- Онлайн **дневник** (иллюстрированный мониторинг повседневного поведения)

### Особые форматы работы в онлайн:

- **Задания**, выполняемые в обычной жизни с обсуждением в онлайн
- **Общий экран** для оценки изображений (+статистическая обработка всех мнений)
- **Фильтрация** / группировка информации по любым критериям





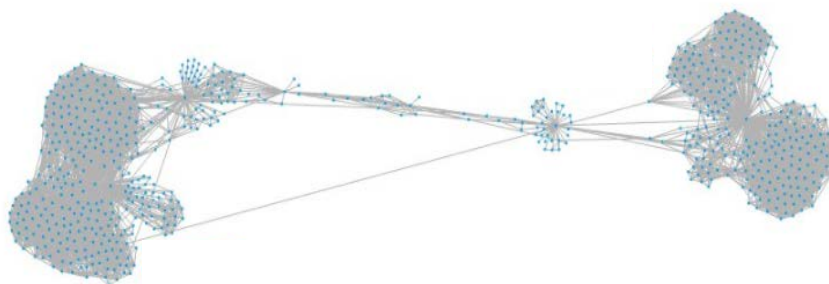


## Почему это интересно?

- Наши связи с другими наблюдаемы. На основе связей можно изучать целый набор социальных феноменов

## Типичные задачи:

- Структура сообщества: центр/периферия, лидеры и координаторы, сплоченность, открытость/замкнутость
- Связь людей и сообществ в кластер
- Интересы и «больные» точки сообществ, идеологические тренды, реакция на события  
etc.



# ИЗУЧЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ

инструментарий на базе инновационной аналитической платформы Watson IBM



Анализ информации из социальных сетей (форумы, данные СМИ, twitter, и т.д.)

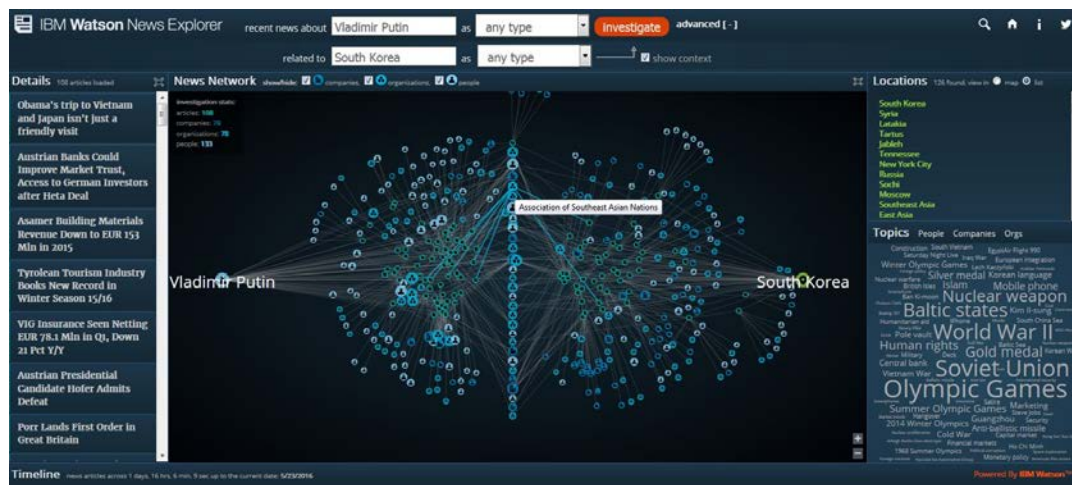
Создаются общие параметры оценки информации и тематические словари для анализа выявленных паттернов

На базе предварительного анализа, технических словарей и параметров создается уточненный список статистических параметров для дальнейшего анализа информации (количество упоминаний, время, ассоциации к событию и т.д.) на базе существующих фильтров и структуры информационного поля

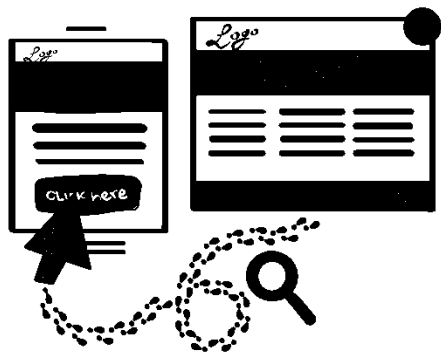
Проводится анализ и очистка данных от повторов, контекстных элементов, не несущих смысловой нагрузки и т.д.)

Проводится анализ с применением инструментария IBM и тематических фильтров для определения связей между объектами, событиями и субъектами информационного поля из социальных сетей для получения ответов на вопросы по интересующей тематике.

Определяется сила коррелирующих связей между событиями, объектами и субъектами (проверка на случайность), возможно с учетом динамики (временных изменений) с помощью инструментария (Watson Explorer).



## Интернет-наблюдение (оно же – анализ clickstream и не только)



Наше присутствие в интернет оставляет следы.

По ним можно анализировать большое число феноменов:

- от поведения, практик, интересов людей
- до точек контакта компании/политика с аудиторией, проблем с доступностью информации и т.д.

Можно использовать их для гибкого таргетирования в интернет-опросах

- Как найти многодетных мам?
  - Как найти садоводов?
- etc.



Можно использовать их для обогащения данных интернет-опросов

- Каковы интересы и медиапотребление тех, кто голосует за В.В. Жириновского?
  - На каких ресурсах читали новости те, кто не доволен нашей внутренней политикой?
- etc.

*Спасибо за внимание!*