

Measurement

BrandPulse 2020

BrandPulse – продукт Mediascope для стратегического маркетинга

Цели исследования:

- Поиск, выделение и описание целевых групп
- Анализ медиапредпочтений и touchpoints
- Выбор каналов коммуникации и медиапланирование
- Конкурентный анализ
- Оценка объема рынков и динамики их развития
- Описание профиля потребителей
- Оценка здоровья брендов

Клиенты:

- Рекламные агентства
- Производители товаров и услуг
- Медиа

Целевые группы

Основная часть исследования относится к генеральной совокупности Россия 100k+ 14-64

Однако значительная часть информации будет доступна для генеральной совокупности Россия 0k+ 12+



Организация исследования

- Онлайн панель
- Разные типы данных собираются с разной периодичностью (от 1 раза в неделю до 1 раза в год)
- Обязательное профилирование
- Гибкий конструктор из множества коротких анкет



Потребление товаров и услуг измеряется в направлениях:

- Продукты питания, напитки
- Уход и гигиена
- Косметика и парфюмерия
- Одежда, обувь, аксессуары
- Часы, ювелирные изделия
- Детские товары
- Бытовая химия
- Финансы и страхование
- Недвижимость
- Авто
- Бытовая техника и электроника
- Телекоммуникации
- Онлайн сервисы
- Путешествия
- Досуг
- Спорт
- Медицина
- Корма для домашних животных

400+
товарных
категорий

Три типа данных = три типа анкет

БАЗА+
СПРАВОЧНИК

1

ПРОФИЛЬ

Профиль
респондента +
фильтры на
товарные
категории

СПРАВОЧНИК

2

USAGE&ATTITUDE

Привычки
потребления
внутри товарной
категории (без
брендов)

ДИНАМИКА

3

BRAND HEALTH
TRACKING

KPI брендов в
товарной
категории

Предоставляемая информация: Размер и профиль потребителей товарной категории (Профиль)

Вопросы

- Факт использования за 6 месяцев
- Профиль пользователей (~80 мин)
 - Личный и семейный соц/дем
 - Media + Advertising + Touchpoints
 - Lifestyle + Psychographics

Дизайн

- Целевая группа: Население
- Периодичность обновления: 1 раз в год
- Размер панели 30000 - 35000 человек
- Проведение интервью: март-май 2020
- Поставка данных: май 2020
- Формат: Galileo, дашборд

Предоставляемая информация: Привычки потребления внутри товарной категории (U&A)

Вопросы

- Объемы и частота использования
- Предпочитаемые типы товара
- Факт и частота покупки
- Место покупки
- Объемы покупки и ценовой сегмент
- Факторы, влияющие на выбор
- Источники информации

Дизайн

- Целевая группа: Потребители товарной категории
- Периодичность обновления: 1 раз в полгода
- Выборка 3000 интервью за год, по 1500 интервью за полгода в каждой товарной категории
- Проведение интервью: Q2-Q4 2020
- Первая поставка: июль 2020
- Формат: Galileo, дашборд

Предоставляемая информация: KPI брендов (ВНТ)

Вопросы

- Спонтанное и подсказанное знание марок
- Знание рекламы
- Факт и частота использования марок
- Намерение купить марки
- Индекс NPS
- Характеристики марок

Дизайн

- Целевая группа: Потребители товарной категории
- Периодичность обновления: от 1 раза в неделю до 1 раза в квартал, в зависимости от категории
- Выборка от 6000 до 9000 интервью за год, в зависимости от категории
- Проведение интервью: Q2-Q4 2020
- Первая поставка: май 2020
- Формат: Galileo, дашборд

спасибо!