

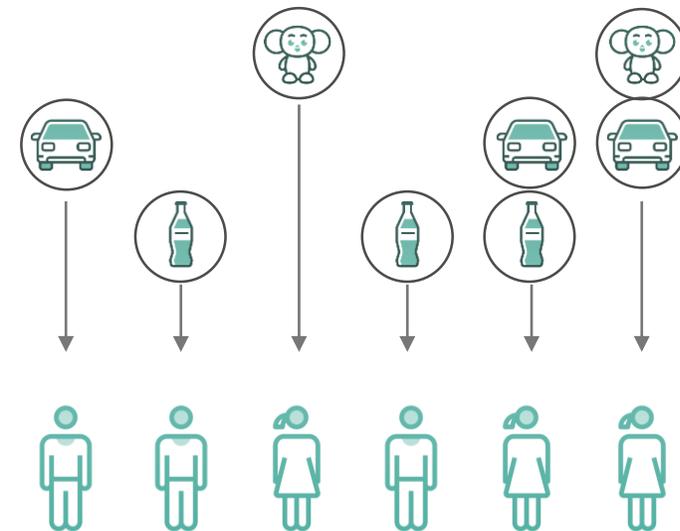
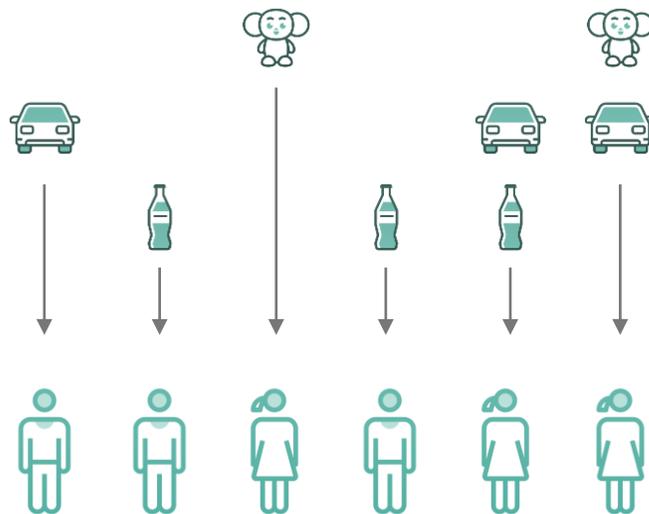
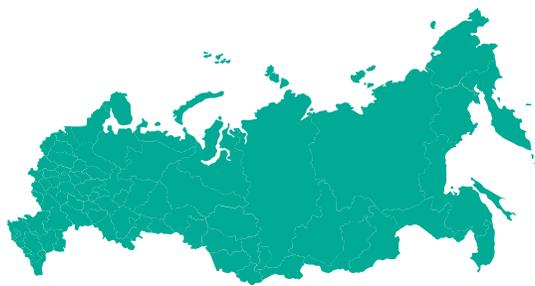
Measurement

BrandPulse 2022

BrandPulse – продукт Mediascope для стратегического маркетинга

- 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





Онлайн панель

Профилирование

Динамика



Россия 0k+ 12-64

Россия 100k+ 14-64

30-35k панелистов

Репрезентативная выборка



Обязательное профилирование (около 80 минут)

Большой справочник (количество и профиль потребителей)

Фильтры для 420+ товарных категорий

Дополнительные целевые Россия 0+, 12-13



Дополнительные анкеты U&A и ВНТ* по каждой категории

Регулируемая рассылка

~1 млн анкет в год

Анкета 5-8 минут

*Usage&Attitude, Brand Health Tracking

Три типа данных = две анкеты

Объединение с 2021

БАЗА+
СПРАВОЧНИК

1

ПРОФИЛЬ

Размер и профиль
потребителей
товарной категории

СПРАВОЧНИК

2

USAGE&ATTITUDE

Привычки
потребления внутри
товарной категории

ДИНАМИКА

3

BRAND HEALTH
TRACKING

KPI брендов в
товарной категории

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

Базовый Профиль

- Целевая группа: Население (Россия 0+ 12-64)
- Периодичность обновления: 1 раз в год
- Размер выборки: 30 000 – 35 000 человек
- Проведение интервью:
 - 2020: март-май 2020
 - 2021: февраль-март 2021
- Формат: Galileo

Сезонный Профиль

- Целевая группа: Население (Россия 0+ 12-64)
- Периодичность обновления: 1 раз в квартал
- Размер выборки: 1666 человек / волна
- Количество волн: 3 волны / год
- Особенности опроса: только сезонные категории
- Длительность интервью: до 10 минут
- Формат: Galileo

Профиль – большой справочник по потреблению



СОЦ/ДЕМ

Личные и семейные характеристики



LIFESTYLE

Вопросы о досуге, отдыхе, тренды (например, ЗОЖ)



МЕДИА И СЕРВИСЫ

Вопросы о медиа потреблении для переноса данных в индустриальные проекты



РЕКЛАМА

Вопросы об отношении к рекламе на различных носителях



ПОТРЕБЛЕНИЕ

Вопросы о потреблении и покупке = фильтры на товарные категории

Потребление товаров и услуг измеряется в BrandPulse 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
- Строительство и ремонт
- Спорт
- Медицина
- Корма для домашних животных

420+
товарных категорий

420+ товарных категорий отобраны с учетом рекламных бюджетов, пожеланий клиентов и предыдущего опыта

30

«ЗОЛОТЫХ»

Максимальный объем информации, наиболее частое обновление

120

«СЕРЕБРЯНЫХ»

Максимальный объем информации, регулярное обновление

150+

Базовых

Базовая информация, эпизодическое обновление

U&A + ВНТ

Предоставляемая информация: KPI брендов (ВНТ) и U&A

30 золотых товарных категорий

- Обновление 1 раз в месяц
- Россия 100k+, 14-64 года, потребители ТК
- 1 000 на каждую золотую ТК в месяц (полноценные)
 - 250 на каждую золотую ТК в неделю (невзвешенные)
- Анкета на каждую ТК до 8 минут
- Проведение интервью: Q2 2020 +
- Формат: Galileo

120 серебряных товарных категорий

- Обновление 1 раз в квартал
- Россия 100k+, 14-64 года, потребители ТК
- 1 500 на каждую серебряную ТК в квартал
 - 500 на каждую золотую ТК в месяц (невзвешенные)
- Анкета на каждую ТК до 8 минут
- Проведение интервью: Q2 2020 +
- Формат: Galileo

ВНТ - постоянный трекинг показателей брендов в 150 категориях



ЗНАНИЕ

Первое упоминание
Спонтанное знание
Подсказанное знание



ПОКУПКА / ПОТРЕБЛЕНИЕ

Покупка / Потребление за N месяцев
Наиболее часто приобретаемый бренд
Намерение купить бренд



ОЦЕНКА

Индекс лояльности (NPS)
Характеристики бренда
(атрибуты)



РЕКЛАМА

Спонтанное знание рекламных кампаний
Подсказанное знание рекламных
кампаний

U&A – чтобы понять как, сколько и где



ЧАСТОТА
И ОБЪЕМ



ВИД/ТИП ПРОДУКТА

Упаковка
Форма выпуска
Вкус и т.д.



ПОКУПКА

Места покупки
Затраты



ПЛАНИРОВАНИЕ ПОКУПКИ

На что обращают внимание при покупке
Источники информации, влияющие
на покупку

спасибо!