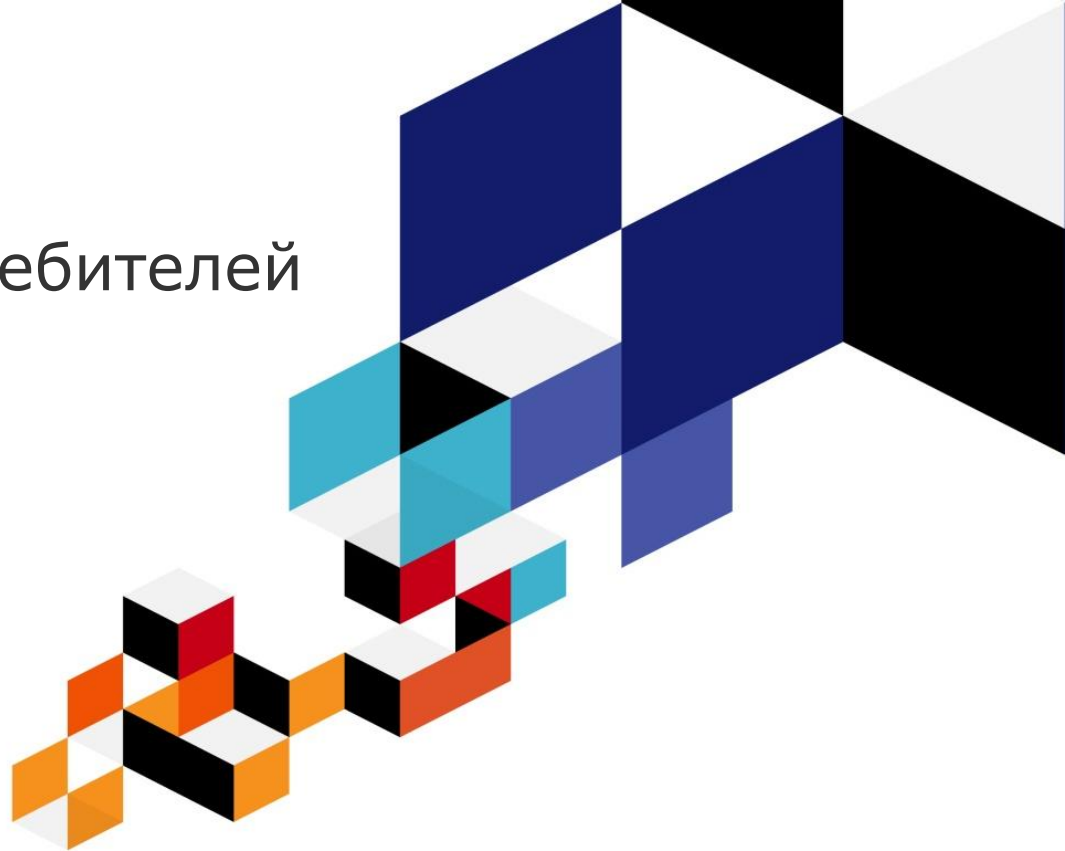


# Онлайн-поведение потребителей

Михаил Райбман

Директор  
по мультимедиа исследованиям  
TNS Россия



©TNS

Москва  
26 ноября 2015

# Онлайн-поведение потребительских групп: Zodiac

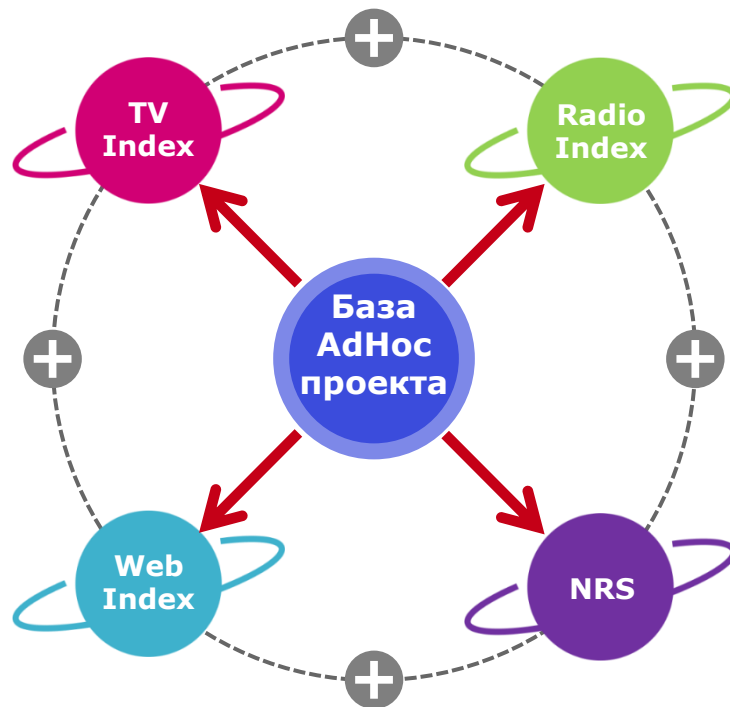
## Использование Zodiac



# Онлайн-поведение потребительских групп: Zodiac

## Использование Zodiac

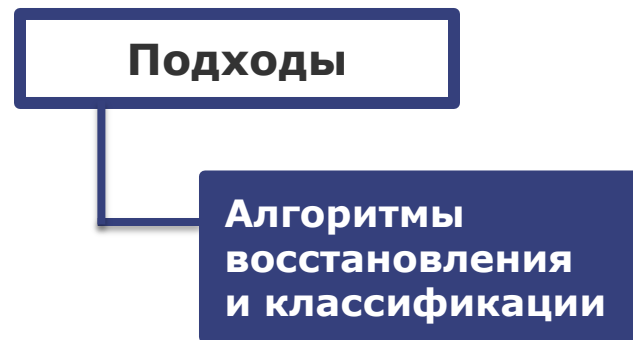
Возможность подключения к Zodiac базы данных AdHoc исследования



# Реклама в онлайн-пространстве

Targeting Audience Delivery Campaign Advertising Planning  
Look-alike Inventory DSP Model RTB System  
Retargeting Platform Data DMP SSP Context Profile  
Exchange Digital Clickstream Cookies Behavior CRM

# Реклама в онлайн-пространстве

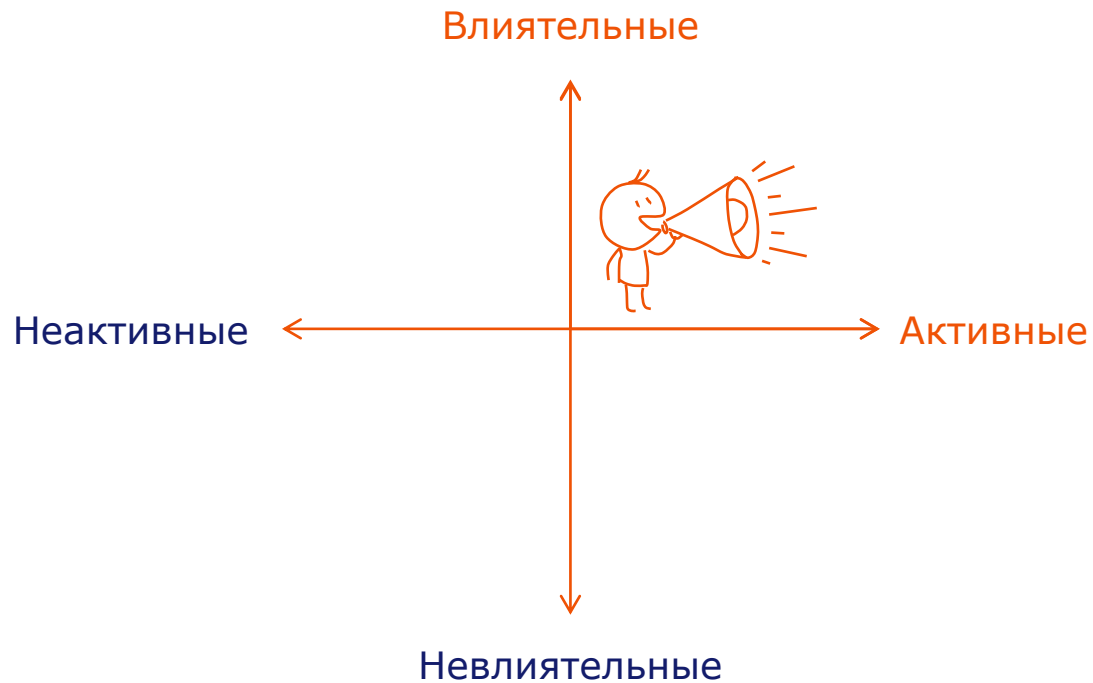




# Clickstream-данные по потребительским группам. Примеры

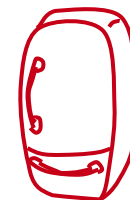


# Сегментация 'Лидеры мнений'





# Магазины БТиЭ в онлайн и оффлайне: Лидеры мнений



**М.видео**  
нам не всё равно



**MediaMarkt**



**DNS**



**ТЕХСИЛА**



**ЭЛЬДОРАДО**



**TNS**

©TNS

Источник: Marketing Index, Москва, 2015/3 квартал, онлайн-тест



Онлайн-посещение магазина



Оффлайн-посещение магазина

# Магазины БТиЭ в онлайн: наиболее характерные высказывания



Мой мобильный телефон должен быть в первую очередь красивым и модным



Деньги – лучший показатель успеха



Мнение известных людей влияет на мое решение о покупке товаров



Лучше иметь деньги при себе, чем хранить в банке, даже получая проценты



Благодаря кредитной карточке я могу купить товары, которые обычно не могу себе позволить



# Онлайн-магазины БТиЭ: наиболее характерные высказывания

- Я хочу быть среди тех, кто первым пользуется наиболее передовыми технологиями
- Я могу приложить много усилий, чтобы найти товар той марки, которая меня устраивает
  - Я не боюсь покупать новинки техники, даже если мои знакомые их не пробовали



В большинстве случаев я покупаю только те продукты, рекламу которых видел или слышал

● Я всегда ищу специальные предложения

● Я не люблю экспериментов и предпочитаю те марки товаров, которые я давно знаю



# Интернет-магазины одежды: внимание к оффлайн-рекламе



lamoda



bon  
prix  
*it's me!*



TNS

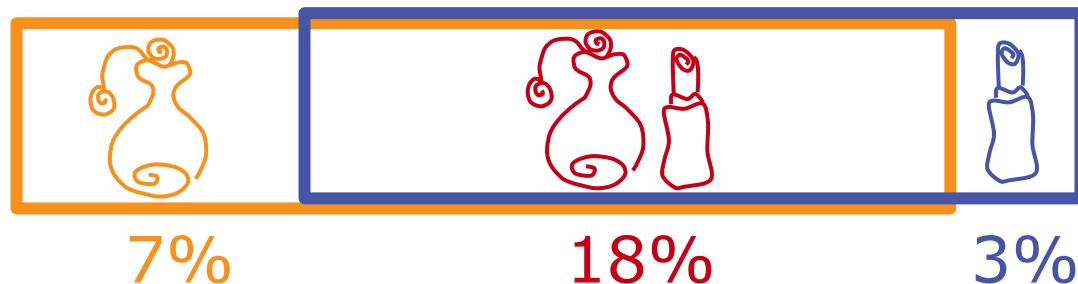
©TNS

Источник: Marketing Index, Москва, 2015/3 квартал, онлайн-тест

# Декоративная косметика и парфюмерия: Лидеры мнений

Парфюмерия

Декоративная косметика



Star hit

tochka.net

PASSION RU

SPLETNIK

ВЕСЕЛЫЙ ЖИРАФ

TNS

hh ru  
HeadHunter

интернет для женщин  
WOMAN.ru

I Recommend.ru  
ОТЗЫВЫ ОБО ВСЁМ!




ОТЗОВИК

Товары и услуги  
TIU.RU

# Соцсети: потребление алкогольных напитков



# Резюме

-  Частичное проведение M'Index онлайн-методом с привязкой clickstream-данных.
-  Опросы на access-панели с выделением потребительских групп и привязкой clickstream-данных.
-  Access-панель + M'Index-онлайн: оценка результатов рекламных кампаний с таргетингом на потребительские группы, с разбивкой на видевших и не видевших рекламу.