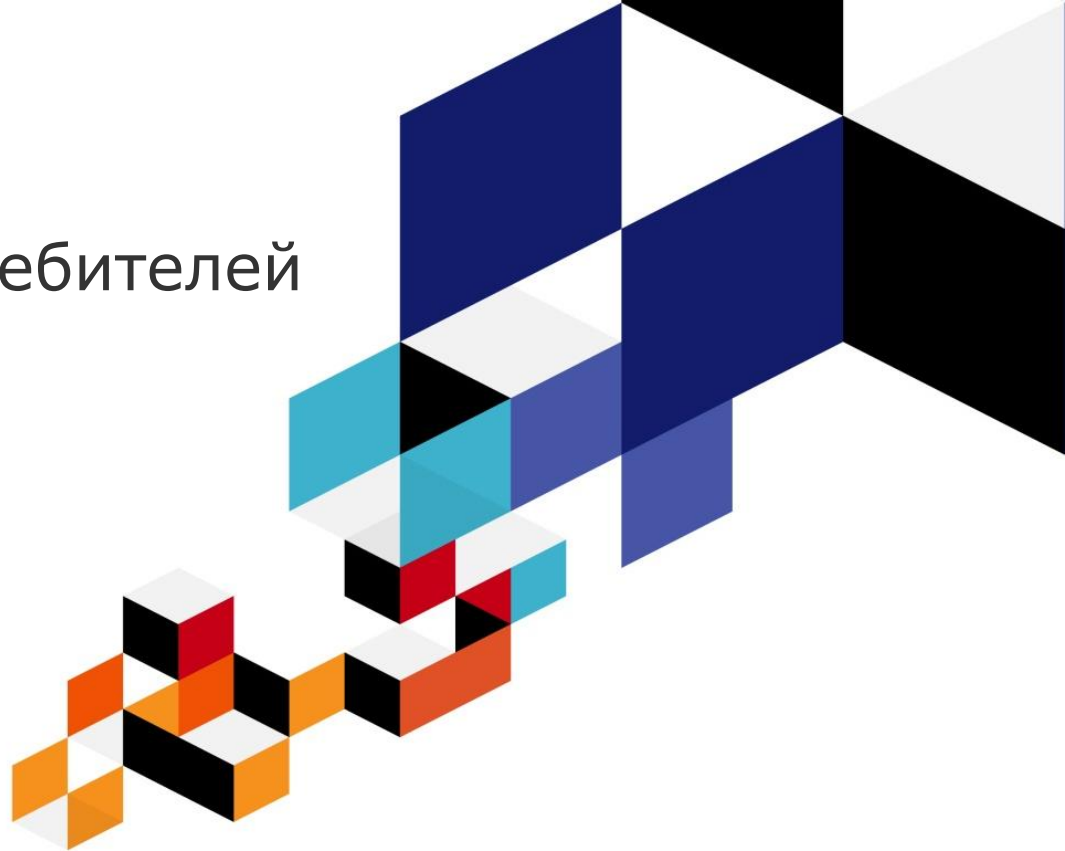


Онлайн-поведение потребителей

Михаил Райбман

Директор
по мультимедиа исследованиям
TNS Россия



©TNS

Москва
26 ноября 2015

Онлайн-поведение потребительских групп: Zodiac

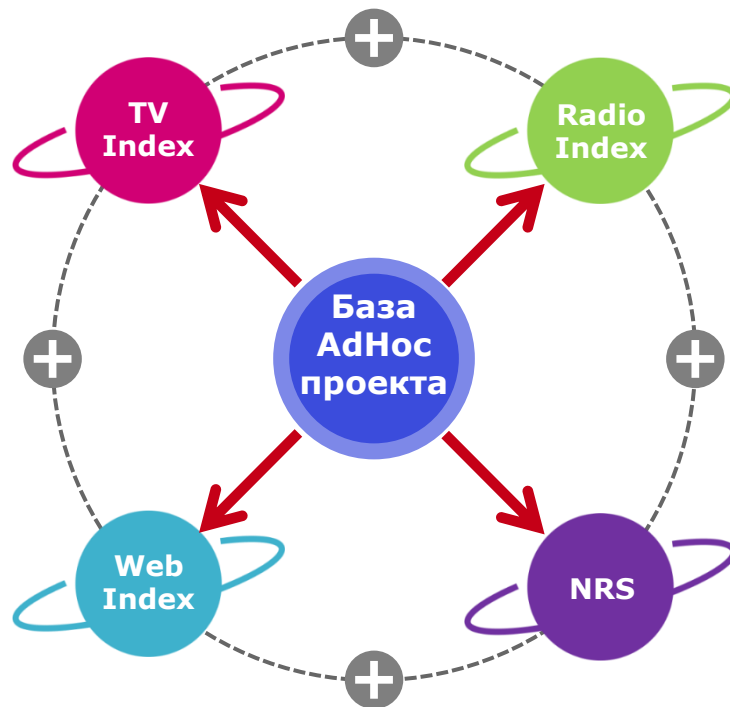
Использование Zodiac



Онлайн-поведение потребительских групп: Zodiac

Использование Zodiac

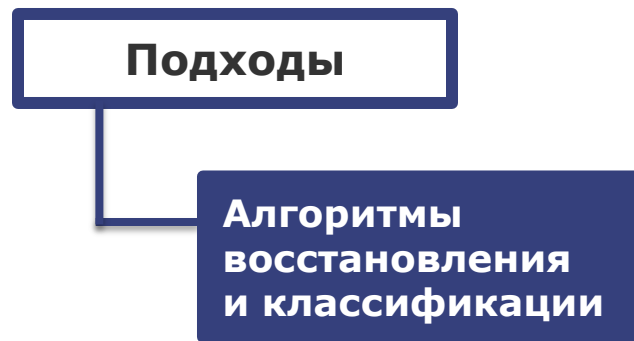
Возможность подключения к Zodiac базы данных AdHoc исследования



Реклама в онлайн-пространстве

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

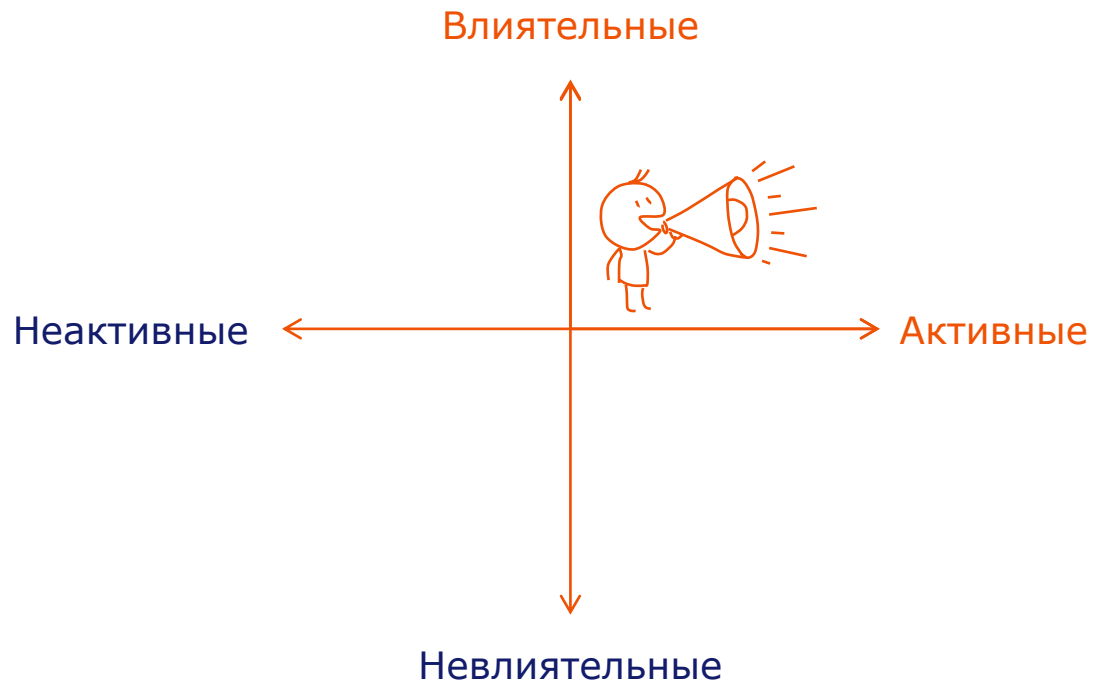
Реклама в онлайн-пространстве



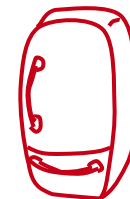
Clickstream-данные по потребительским группам. Примеры



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



TNS

©TNS

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

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

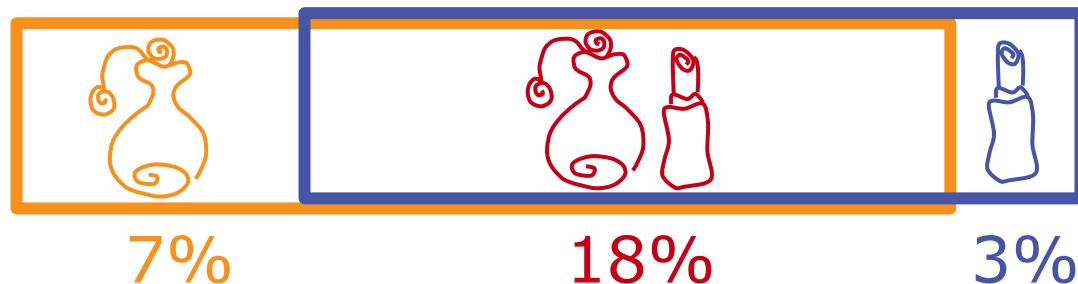
©TNS

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.