

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПАНЕЛИ (РОССИЯ, УКРАИНА)

Онлайн выборки **профессионально**
ГЛАВНОЕ:

– РЕГИСТРАЦИОННЫЙ САЙТ: www.InternetOpros.ru

– ИСТОЧНИК ВЫБОРОК: Активно управляемая онлайн панель, используемая исключительно для проведения маркетинговых исследований.

– РЕКРУТМЕНТ: Онлайн (неспециализированные сайты, тематические сайты, социальные сети) и оффлайн (~ 15%).

– ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ: Пополнение счета мобильного телефона панелиста, ежемесячные розыгрыши призов. Размер вознаграждения зависит от длительности интервью и сложности анкеты.

– СТАНДАРТЫ: Соответствует стандартам ESOMAR (www.esomar.org).

– КАЧЕСТВО: Последовательная политика выявления недоброкачественных панелистов, выборочный телефонный контроль.



СРЕДНИЙ ОТКЛИК:

50%

СРЕДНЯЯ ЗАПОЛНЯЕМОСТЬ АНКЕТ:

88%

ИНДЕКС УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПАНЕЛИСТОВ (top-2, 4-балльная шкала):

90%

Дополнительные услуги:

- Программирование анкет (вычитка и хостинг - бесплатно)
- Первичная обработка (выгрузка, вывод таблиц кросс-табуляции)
- Кодировка открытых вопросов

ПРОФИЛЬ:

Основные:

- Точный возраст
- Пол
- Семейное положение
- Образование
- Регион, город, индекс

Семья:

- Доход в месяц на члена семьи
- Доход по шкале самооценки
- Дети (пол, дата рождения)
- Автомобиль (наличие)

Работа:

- Занятость
- Отрасль
- Размер компании
- Отдел и должность

Расширенный профиль:

- Банки, финансы, страхование
- Свободное время & путешествия
- Связь (телефон, Интернет)
- Автомобиль (класс, год выпуска)
- Бытовая техника и электроника
- Основные FMCG категории

СТАТИСТИКА ПАНЕЛЕЙ:

		Россия	Украина
Всего панеллистов		134541	12720
пол	мужской	53%	60%
	женский	47%	40%
возраст	14-19	12%	11%
	20-30	56%	57%
	31-40	22%	22%
	41-50	7%	7%
	51+	3%	3%
семейное положение	замужем/женат/живем вместе	49%	57%
	не замужем/не женат/живу с родителями	34%	29%
	не замужем/не женат/живу один	17%	14%
образование	Высшее или ученая степень	48%	56%
	Неоконченное высшее	23%	20%
	Среднее	24%	21%
	Неоконченное среднее	5%	3%
занятость	Полный рабочий день	57%	52%
	Частично занят	21%	29%
	Не работающий	22%	19%
дети	нет детей	42%	32%
	0-3 года	27%	32%
	4-7 лет	17%	19%
	8-12 лет	14%	16%
	13-14 лет	7%	9%
уровень дохода	Низкий	8%	15%
	Средний низкий (могут покупать одежду)	35%	42%
	Средний высокий (могут покупать технику для дома)	35%	29%
	Высокий (могут приобрести новую машину)	19%	12%
	Очень высокий (нет никаких финансовых затруднений)	3%	2%

ЗАПРОСЫ & ПОДДЕРЖКА:

www.tiburon-research.ru
ask@tiburon-research.ru
 +7 495 663 1525

ГЕОГРАФИЯ ПАНЕЛИ:

		Россия	Украина
Всего панелистов		134541	12720
размер населенного пункта	1млн. +	60%	36%
	500 тыс. – 1 млн.	9%	11%
	100 тыс. – 500 тыс.	17%	30%
	менее 100 тыс.	12%	23%
регион (Россия)	Москва	35%	
	Санкт-Петербург	10%	
	Центральный регион (искл. Москву)	12%	
	Северо-Западный регион (искл. Санкт-Петербург)	4%	
	Южный регион	7%	
	Поволжье	15%	
	Урал	6%	
	Сибирь	9%	
	Дальний Восток	2%	
регион (Украина)	Киев		14%
	Центр		10%
	Север		5%
	Юг		20%
	Запад		12%
	Восток		39%

АВТОПАНЕЛЬ (профиль):

		Россия
Всего панелистов		78187
владелец автомобиля	собственный автомобиль	95%
	корпоративный автомобиль	10%
количество автомобилей в домохозяйстве	1	71%
	2	24%
	3 и более	5%
производитель	российский бренд	44%
	иностраный бренд	86%
состояние при покупке	новый	71%
	подержанный	64%
год выпуска	... - 1980	2%
	1981-1990	9%
	1991-2000	34%
	2001	6%
	2002	7%
	2003	7%
	2004	9%
	2005	12%
	2006	13%
	2007	17%
2008 - ...	20%	
сегмент	A-class	6%
	B-class	20%
	C-class	41%
	D-class	20%
	E-class	9%
	премиум-класс	2%
	спорт	2%
	кроссовер	8%
	полноприводный автомобиль	6%
	пикап	1%
	мини-вэн	4%
	Не знаю	16%

Марка автомобиля	Россия
ACURA	0,1%
ALFA ROMEO	0,3%
AUDI	3,5%
BMW	2,4%
CADILLAC	0,1%
CHERY	0,5%
CHEVROLET	4,7%
CHRYSLER	0,5%
CITROEN	0,9%
DAEWOO	3,6%
DODGE	0,5%
FIAT	0,8%
FORD	8,1%
HONDA	3,5%
HUMMER	0,3%
HYUNDAI	5,8%
INFINITI	0,3%

Марка автомобиля	Россия
JAGUAR	0,1%
JEEP	0,3%
KIA	2,7%
LAND ROVER	0,3%
LEXUS	0,5%
MAZDA	3,5%
MERCEDES	1,9%
MINI	0,0%
MITSUBISHI	4,9%
NISSAN	6,7%
OPEL	4,0%
PEUGEOT	1,9%
PORSCHE	0,1%
RENAULT	3,4%
ROVER	0,1%
SAAB	0,3%
SEAT	0,1%

Марка автомобиля	Россия
SKODA	1,8%
SMART	0,0%
SSANGYONG	0,3%
SUBARU	0,9%
SUZUKI	1,3%
TOYOTA	9,3%
VOLKSWAGEN	4,4%
VOLVO	1,1%
ВАЗ	35,2%
ГАЗ	4,2%
ИЖ	0,9%
Москвич	1,9%
Таврия	0,5%
Ока	0,9%
Другая	3,5%
Не знаю	1,3%

ЗАПРОСЫ & ПОДДЕРЖКА:

www.tiburon-research.ru
 ask@tiburon-research.ru
 +7 495 663 1525

ПАНЕЛЬ МАМ (профиль):

		Россия
Всего панелистов		48112
пол ребенка	мальчик	58%
	девочка	56%
возраст ребенка	0-3 года	53%
	4-7 лет	29%
	8-12 лет	23%
	13-14 лет	10%
размер населенного пункта	1 млн. +	66%
	500 тыс. – 1 млн.	8%
	100 тыс. – 500 тыс.	15%
	менее 100 тыс.	10%
регион	Москва	39%
	Санкт-Петербург	8%
	Центральный регион (искл. Москву)	12%
	Северо-Западный регион (искл. Санкт-Петербург)	3%
	Южный регион	7%
	Поволжье	14%
	Урал	7%
	Сибирь	9%
Дальний Восток	1%	

ПАНЕЛЬ ИТ СПЕЦИАЛИСТОВ

		Россия
Всего панелистов		3019
уровень принятия решений	принимаю решения единолично	17%
	вливаю на принятие решений	50%
должность	Руководитель высшего звена / собственник	4%
	Руководитель среднего звена	22%
	Специалист	67%
	Ассистент	3%
	Фрилансер	2%
	другое	1%
специализация (несколько вариантов ответа)	Техническая поддержка, системное администрирование	61%
	Компьютерная / информационная безопасность	46%
	Управление и хранение данных	41%
	Программирование/разработка ПО	37%
	Web-разработка	26%
	Беспроводные технологии	22%
	Системная интеграция	18%
	Системы управления предприятием (ERP)	17%
	IT-консалтинг	17%
	Продажи	15%
	Контент менеджмент	12%
	SEO / поисковая оптимизация	10%
	другое	7%
размер компании	1 - 10 человек	16%
	11 - 50 человек	25%
	51 - 100 человек	18%
	101 - 500 человек	20%
	501 - 1000 человек	9%
	1001 - 5000 человек	8%
	5001 человек и более	4%

Профиль панели:

Основное

- Пол/возраст
- Регион
- Образование
- Профессиональный опыт
- Стаж на текущем месте работы
- Сферы принятия решений

Компания

- Индустрия
- Количество персональных компьютеров
- Размер IT отдела
- Предоставляемые услуги

ЗАПРОСЫ & ПОДДЕРЖКА:

www.tiburón-research.ru
ask@tiburón-research.ru
 +7 495 663 1525

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИИ (репрезентативная выборка %, города 100 тыс. +)

Источник информации: TGI-Россия, Июль 2009

		население	пользователи интернета
пол	мужской	45%	50%
	женский	55%	50%
возраст	14-19	10%	17%
	20-30	24%	35%
	31-40	18%	21%
	41-50	18%	15%
	51+	30%	12%
семейное положение	замужем/женат/живем вместе	62%	61%
	не замужем/не женат/живу с родителями	35%	35%
	не замужем/не женат/живу один	3%	4%
образование	Ученая степень	1%	2%
	Высшее/неоконченное высшее	39%	52%
	Среднее	50%	35%
	Неоконченное среднее	10%	11%
занятость	Полный рабочий день	54%	60%
	Частично занят	14%	15%
	Не работающий	32%	25%
дети	нет детей	30%	43%
	0-3 года	21%	19%
	4-7 лет	19%	15%
	8-12 лет	21%	16%
	13-14 лет	9%	7%
уровень дохода	Низкий	23%	14%
	Средний низкий (могут покупать одежду)	44%	41%
	Средний высокий (могут покупать технику для дома)	22%	29%
	Высокий (могут приобрести новую машину)	10%	14%
	Очень высокий (нет никаких финансовых затруднений)	1%	2%
ежемесячный доход на члена семьи	менее 10000 руб.	37%	20%
	10001-15000 руб.	16%	16%
	15001-20000 руб.	19%	21%
	20001 – 30000 руб.	12%	14%
	30001 – 40000 руб.	10%	17%
	40001 – 50000 руб.	5%	9%
	более 50001 руб.	1%	3%
размер населенного пункта	1 млн. +	41%	54%
	500 тыс. – 1 млн.	18%	14%
	100 тыс. – 500 тыс.	41%	32%
регион	Москва	16%	25%
	Санкт-Петербург	7%	11%
	Центральный регион (искл. Москву)	15%	12%
	Северо-Западный регион (искл. Санкт-Петербург)	4%	4%
	Южный регион	11%	11%
	Поволжье	22%	17%
	Урал	8%	7%
	Сибирь	13%	10%
Дальний Восток	4%	3%	