

Он-лайн панель GfK Ukraine

Ви маєте швидко прийняти рішення?
Потребуєте надійної інформації?
Прагнете досягти цього
у найбільш економний спосіб?

Оберіть маркетингові дослідження
на основі он-лайн панелі GfK Ukraine!

параметри
он-лайн
панелі

Розмір: близько 2300 зареєстрованих
учасників (станом на 1 травня 2009 року)

Приріст: приблизно 300 нових учасників в
місяць, 5000 учасників на кінець 2009 року

Географія: вся Україна

Рекрутмент: поєднання офф-лайн
та он-лайн методів

Відгук: 63%

Метод он-лайн досліджень ефективно
використовується, зокрема, для тестування
концептів та реклами, веб-сторінок, цінових
досліджень, тестування упаковки,
досліджень іміджу та задоволеності
працівників тощо.

приклади
досліджень

сфери застосування

Спираючись на міжнародний досвід GfK у проведенні он-лайн досліджень ми виділяємо **дві основні сфери їх застосування**.

— **Цільова група складається виключно з Інтернет-користувачів**. Наприклад, коли просування, продажі, чи обслуговування продукту або послуги здійснюється он-лайн. Це можуть бути покупці Інтернет-магазинів, користувачі Інтернет-банкінгу, читачі електронних ЗМІ, учасники он-лайн програм лояльності і т.д. У даному випадку можливим є опитування не тільки учасників он-лайн панелі GfK Ukraine, але і по базі електронних адрес клієнта.

— **Частка користувачів Інтернету у цільовій групі перевищує 50%**. Результати он-лайн опитування групи з високим проникненням користування Інтернету можуть бути екстрапольовані на всю генеральну сукупність. Наприклад, он-лайн дослідження може бути використано для покупців MP3 плеєрів. Причому дана цільова аудиторія може виявитись важкодосяжною при особистому чи телефонному опитуванні за базою фіксованих номерів.

Ми готові допомогти вам перевірити Інтернет-проникнення для цільової групи, яка вас цікавить, безкоштовно, за наявності готових даних синдигованих досліджень, або з мінімальними витратами за допомогою Омнібуса чи телефонного опитування.

Можливе створення індивідуальної он-лайн панелі на основі специфічних потреб клієнта.

додаткові переваги

- **Наявність первісної інформації** про учасників панелей, яка збирається під час реєстрації, а також під час профайлінгу потенційних респондентів. Ця інформація включає соціально-демографічні показники, дані про споживання основних категорій FMCG, володіння автомобілями та побутовою технікою, використання банківських та страхових послуг.
- Он-лайн дослідження, як правило, **більш дешеві та швидкі** за інші типи досліджень.
- **Повністю виключається вплив** суб'єктивного фактору участі інтерв'юера.

Контактна особа: Дмитро Яблонівський, керівник проекту он-лайн досліджень
GfK Ukraine, dmytro.yablonovskyy@gfk.com.

GfK Ukraine
бул. Лесі Українки, 34, оф. 601
Київ, 01133
Україна

Тел.: (044) 230-0260
Факс: (044) 230-0262
info.ukraine@gfk.com
www.gfk.ua, www.gfk.com

GfK