

Он-лайн панель GfK Ukraine

**Вам надо быстро принять решение?
Вам необходима надежная
информация?
Стремитесь достичь этого
самым экономным способом?**

**Выберите маркетинговые
исследования на основе
он-лайн панели GfK Ukraine!**

**параметры
он-лайн
панели**

Размер: 2200 зарегистрированных участников (по состоянию на 1 апреля 2009 года)

Прирост: примерно 300 новых участников в месяц, 5000 участников на конец 2009 года

География: в данный момент основную часть зарегистрировавшихся составляют жители городов с населением более 250 000 чел.

Рекрутмент: сочетание офф-лайн и он-лайн методов

Отклик: 63%

Виды исследований: качественные и количественные

**Метод он-лайн исследований эффективно
используется для:**

- тестирования рекламы (разные варианты рекламы (в том числе, на уровне концепций), макеты, видеоролики, раскадровки, интернет баннеры);
- тестирования веб-страниц;
- исследований методом conjoint;
- исследований имиджа;
- удовлетворенности потребителей

**примеры
исследований**

Актуальность для автомобильной сферы

Метод он-лайн исследований может быть эффективно использован для исследования автомобильного рынка, поскольку доля пользователей Интернет среди текущих и потенциальных владельцев автомобилей выше 50%. Результаты он-лайн опроса группы с высоким проникновением пользования Интернет могут быть экстраполированы на всю генеральную совокупность, причем данная целевая аудитория может оказаться сложно достижимой при опросе на дому при личном или телефонном опросе по базе фиксированных номеров.

Варианты выборки

Исследование может проводиться на выборке людей, которые уже зарегистрировались в он-лайн панели (как владельцы, так и потенциальные покупатели автомобилей). Сейчас среди зарегистрированных респондентов есть как владельцы популярных марок (ВАЗ, ЗАЗ, Chevrolet, Daewoo), так и такие труднодостижимые респонденты, как, например, владельцы Audi, Acura, BMW, Mercedes, Porsche.

Также возможен вариант создания индивидуальной он-лайн панели на основе электронных адресов владельцев автомобилей из базы данных клиента с учетом его специфических потребностей.

дополнительные преимущества

- Он-лайн исследования, как правило, **дешевле и быстрее** других типов исследований.
- Возможность использования разных средств **мультимедиа** (аудио, видео, изображения)
- **Наличие первоначальной информации** об участниках панели. Эта информация включает социально-демографические показатели, данные о потреблении основных категорий FMCG, владении автомобилями и бытовой техникой, использовании банковскими и страховыми услугами.
- **Полностью исключается влияние** субъективного фактора качества работы интервьюера.

Контактное лицо: Роман Иванов, менеджер проектов GfK Ukraine,
Roman.Ivanov@gfk.com

GfK Ukraine
бул. Леси 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