



Qualitative methods in online research

Tatyana Eremenko,
Head of Qualitative research department
GfK Ukraine
Tatyana.Eremenko@gfk.com



Content

1. Types of qualitative online research
2. What qualitative online research can and can not
3. Case study. Crisis research
 - 3.1. Project methodology
 - 3.2. Top line research results
4. Conclusion

1. Types of qualitative online research

Qualitative online research. Types

Qualitative online research methodology is based on common for Internet users means of communication: **forums, blogs, chat, messenger** etc.



Qualitative online research types:

- online focus groups (OFGD)
- online forums/bulletin boards
- online diaries
- online interviews
- Delphiblog
- Expert online panel
- Desk research (Blogoscope)

Online focus groups

Method characteristics

Purpose:

- Spontaneous judgments
- Programs, sites and advertisement testing

Method:

- Chat (With the help of specifically developed software)

Sample:

- 8-12 people (in one FGD)
- There can be several groups (minimum 2 recommended)

Terms of project fulfillment:

- OFGD conduct – about two hours each
- Analysis – 3-4 days



Online focus groups

Advantages and disadvantages

6

Compared to
classical FGD

advantages

- Faster
- Less expensive
- Possibility of simultaneous communication with respondents from different cities
- Possibility of niche TA studying
- Do not yield to FGD in quality and quantity of received information in case of simple objectives

+

disadvantages

- Absence of personal contact
- Problems of control (simultaneous presence of all participants, junction of all participants in discussion)
- Respondents should be fluent with computer and keyboard
- Difficulties with projective techniques application – lack of group dynamics

-

It is worth mentioning that the above-mentioned online FGD disadvantages can be overcome through video-chat implementation, in which moderator can see participants, communicate with them and track their non-verbal reactions. However, at this moment, because of technical possibilities limitations, the given option is hard to obtain (insufficient carrying capacity of broadband internet, absence of web-cameras with most of participants)

Online forum/bulletin board

Considered to be the most effective online method, has no analogies offline

7

Purpose:

- Category, product, brand perception, U&A
- Testing: visual materials, advertisement, banners...

Method:

- Forum/bulletin board

Sample:

- 10-15 people in each forum

Terms of project fulfillment:

- Conducting of one forum – from 2 days to 1 week depending on objectives
- Several forums can be conducted simultaneously
- Analysis – one week



Online forum/bulletin board

Advantages

Preserves benefits of online FGD, however is a more convenient option for participants and moderator:

8

Compared to online FGD



- Respondents answer questions 1-2 times per day any time and in any place
- The researcher gets a quite sufficient amount of information ready for analysis

Online diaries

Purpose:

- Basic ethnographic research – offline diaries analogue
- Allows to study respondents' every day behavior in certain sphere

Method:

- Online blog (diary) keeping – every day infill

Sample:

- 5 to 30 people

Terms of project fulfillment:

- Infill: 3-4 days to 3-4 weeks
- Analysis: up to 2 weeks



Online diaries

Advantages

Compared to offline diaries



Economic option of offline research, bonus of interactiviness

- Large amount of information, possibility of texts, photo, video, pictures installation, etc. for getting a more vivid picture
- Possibility of enduring observation (up to 3-4 weeks)
- Interactiveness – possibility to communicate with respondents and ask clarifying questions in the course of blog infill (absent in offline option)



Online interview

Realized in two options

Online interview with consumers

- Conducted with the help of special programs for OFG or through common messengers
- Advantages – time and money saving, time and place comfortable for moderator and respondent

Online expert interview:

- Significantly simplifies recruitment of hardly accessible audience
- Conducted in time comfortable for respondent
- Can be conducted in several stages (for instance, respondent needs time for data specification or it is necessary to comment on some process in its dynamic)



Delphiblog

GfK Emer (Spain) experience

12

What is Delphiblog?

- Internet discussion (bulletin board) with Client, studied category experts and GfK researcher participation, with the last one moderating a forum and analyzing results

Methodology

- The study is conducted in several stages:
 1. Initial studying topic discussion (for instance, some market condition, prognosis of its development, perspective of new product introduction, etc.)
 2. Analytical report preparation
 3. Report discussion with the same experts who participated in a forum – in online interview format, getting more precise expert definitions, comments and recommendations
 4. Report final version preparation



Expert online panel

GfK NOP Experience

The history of creation

Launched in 2004 in Great Britain as an expert panel of large (50-500 employees) corporative clients of British Telecom within **Voice of the Customer Online programme** project
Target audience – IT directors

Key tasks

The main application spheres:

- Studying current behavior, decision making, clients attitude to various topics, etc.
- New proposals of BT (British Telecom) testing
- Crucial topics, sore subjects studying
- Marketing communications observation and analysis



- Successful innovative project
- High degree of panel participants involvement, as well as their cooperation with BT employees



Desk research (Site-Sonar)

GfK Emer experience

What is Site-Sonar?

- This is a selective monitoring of online territories connected with studied brand, product, category, phenomenon
- The name of this type of research was borrowed by us from our Spanish colleagues (GfK Emer) that actively use this method

Methodology

- In fact it is a desk research in Internet, allowing to get information regarding image, positioning, trends, data about different target audience segments, etc.
- Sources: specialized forums, blogs, chats, etc.
- The most common usage spheres: set up Delphiblog (experts identification) as well as trends studying



- **!!!** A research does not require fieldwork conduction that allows to significantly lower project costs and terms of its fulfill

2. What qualitative online research can and can not

Qualitative online research

Opportunities

16

They allow:

- Sincere answers
- Absence of moderator/interviewer influence

Are good for:

- Discussion of various topics in question-answer format, getting spontaneous opinions/evaluation regarding different stimuli, brands, etc.
- Testing advertisement, visuals
- Basic ethnographic research (everyday usage practices description/ product choice, photo diaries)
- Studying hardly accessible TA (experts, corporative segment, high income segment, etc.)



Qualitative online research

Limitations

They don't allow:

- Nonverbal contact – behavior analysis
- Don't provide group dynamic, projective techniques are hard to apply

Aren't good for:

- In-depth/projective image, positioning, etc. studying
- Detailed U&A studying
- Ethnographic research connected with necessity of direct/ visual consumers behavior observation



Qualitative online research

Bonuses

18

Reduction of project terms and budget

- Fast
- Comparatively inexpensive
- Large amounts of information immediately ready for analysis

+

Barriers overcome

- Social barriers elimination (especially important for "sensitive" topics: money, sex, religious/political views...)
- Elimination of time and space limitation (especially important for busy people, hardly accessible audience for offline research)
- Psychological barriers elimination (even introverts express their opinions on the topic, respondents are in circumstances habitual for them and experience no pressure)

+

Qualitative online research

Peculiarities of results interpretation

19

What should be remembered?

... we are speaking only about Internet users and the results can not always be extrapolated on other consumers

... online users can differ substantially from non-users of Internet due to specifics of Internet users profile, as well as involvement in Internet environment

... while studying product information search sources/channels online information sources will prevail with Internet users that can be not typical for other consumers

3. Case study. Crisis research

3.1. Project methodology

online research

Design

22

How?

- Research design represents combination of two methods. We have used online forums and online diaries

Stages

- The first stage. 4 forums
- The second stage. 8 online diaries

Who?

- Men and women: age – 20 to 40 y.o.
- Average to average plus income
- Citizens of Kiev, Kharkov, Dnepropetrovsk, Lvov
- Active Internet users (use it two times a week and more often)

When?

- Time of research conduction: February-March 2009

The first stage

Forums

23

Studying objectives

- To define term 'crisis' in costumers' eyes – definition and perception
- To study consumers' self-definition in times of crisis – impact on basic values and priorities
- To study the impact of crisis on financial/purchasing possibilities of consumers

Methodology

- 4 Forums, 10 to 14 participants in each (distribution by age and income)
- Forums duration – 3-4 working days
- At the beginning of the day moderator left questions to which participants answered during the day. Moderator had an opportunity to ask specifying questions, participants had an opportunity to discuss things interesting to them with each other

online forum

Example of technical realization (1)

- In the forum accessible for its participants only moderator creates a topic and asks questions, to which forum participants answer any time convenient for them

24

EXAMPLE

Модератор



З нами з: 10.03.09
Повідомлень: 75

Написане: понеділок березня 16, 2009 11:27 am Тема повідомлення: **День 2. Понедельник, 16 марта**

цитата

Доброго времени суток, уважаемые участники форума!
Удачного всем дня и хорошего настроения!!!

Спасибо Вам большое за ответы на вопросы пятницы! Мне было очень интересно их читать!!!

А сегодня меня интересуют вопросы более конкретные: о том, насколько и как именно кризис задел Вас лично. Не бойтесь повторяться. Если Вам кажется, что Вы уже ответили на какой-то из вопросов - можете подумать, как рассказать мне об этом более детально 😊 Отвечайте, пожалуйста, как и в прошлый раз - с нумерацией.

1. Как повлиял ли кризис на Вас и Вашу семью? Изменился ли Ваш личный доход и доход Вашей семьи с приходом кризиса? В какую сторону и почему – что произошло? Как Вы себя чувствуете в этих условиях?
2. Изменилось ли Ваше отношение к жизни, поведение и образ жизни с приходом кризиса? Каким образом? Приведите, пожалуйста, примеры.
3. Изменились ли Ваши траты? На что Вы стали тратить больше денег, а на что меньше? Почему именно такое распределение бюджета?
4. Хватает ли Вам денег на все необходимое? Откладываете ли вы деньги? Стали ли Вы откладывать больше/меньше денег? По каким соображениям?
5. Стали ли Вы на чем-либо экономить? Какая статья Ваших растрат сократилась больше всего? Почему? А на чем вы не экономите?

Догори

профіль

пн

email

Респондент

З нами з: 16.03.09
Повідомлень: 14
Звідки: днепропетровск

Написане: понеділок березня 16, 2009 6:46 pm Тема повідомлення:

цитата

добрый вечер!

с самого начала хочу поблагодарить за возможность высказать свое отношение к кризису и тех вопросов, которые он затронул. надеюсь, что полученная в ходе дискуссии информация будет воспринята нашими политиками как (возможно) дополнительная информация к действию, а не продолжению ругани, которую они демонстрируют каждый день.

теперь ответы на вопросы:

1. да. кризис повлиял на доход нашей семьи. на моей работе (украинский государственный химико-технологический университет) нам были урезаны надбавки за степень и звание. Правда, уже в марте все было возвращено. но тот максимум, который мы получали в виде надбавок все равно урезан. у моего мужа, который работает на железной дороге и является сдельщиком, зарплата сократилась в 3-4 раза для этого сезона. это и понятно, ведь они живут за счет грузовых перевозок, которые сейчас практически не производятся. о премиях вообще думать не приходится. поскольку я еще получаю деньги по содержанию ребенка до трех лет - целых 144 грн - то конечно, немного помогает. хотя теперь их выплачивают нерегулярно, раньше 13-15 число я четко знала, что смогу "пересидеть" от зарплаты до аванса. сейчас это подарок.
- то, что я чувствую с приходом кризиса - крайне противоречиво. поскольку я бюджетник - то вроде бы и не коснулось, мы получаем регулярно зарплату. но основной наш кормилец - мой муж. по его зарплате ударило сильно. приходится находить возможность дополнительного заработка не прибегая к взяткам (и это правда, кто бы что ни говорил. есть кафедры, где не берут).

online forum

Example of technical realization (2)

- Forums imply a possibility for moderator to ask specific individual questions, probe answers

25

Респондент

Написане: п'ятниця березня 13, 2009 4:22 pm Тема повідомлення: цитата редаг. IP

З нами з: 13.03.09
Повідомлень: 7
Звідки: Днепропетровск


1. Экономический кризис это когда рушатся финансовые системы, дестабилизируется валюта, скачет курс валюты и соответственно страдают сами незащищенные слои населения, которые остаются без зарплат, с огромными долгами по кредитам из-за астрономически выросших процентов.
2. Лично для меня это страх перед ближайшим будущим, отказ от запланированного рождения ребенка - так как нет уверенности в завтрашнем режиме экономии. Действительно ложась спать, не знаешь, будет ли чем завтра накормить мужа или за что купить еду.
3. Поскольку я живу в крупном промышленном городе, то первые проявления - это массовые увольнения с предприятий, повальное закрытие малого бизнеса, разгул преступности - буквально еще месяц назад люди с пистолетами заскакивали в маршрутки и собирали у людей деньги и золото. А где это отчаяние близких, знакомых, соседей, которым нечем платить кредиты.
4. Разумеется заметила. Немного повторюсь - буквально все люди озабочены вопросом где брать деньги чтобы оплатить кредиты, накормить семью и как следствие отпечаток забот на лице буквально каждого, даже тех, кто о кризисе еще месяц назад слышал только из телевизора. Все разговоры сводятся к бардаку который твориться у нас в политике и медленно, но уверенно зреет массовое недовольствие. Боюсь что уже каждый второй готов идти отстаивать свое право буквально с оружием в руках.
5. Люди боятся остаться на улице, остаться вообще без каких-либо средств к существованию, боятся преступников, которых стало на порядок больше, предсказывают и вспоминают 90-е...падение национальной валюты, также неоднократно я сталкивалась с предположениями о гражданской войне, страшно жить стало!

[профиль](#) [pp](#) [email](#)

Догори

Модератор

Написане: п'ятниця березня 13, 2009 4:30 pm Тема повідомлення: цитата редаг. IP



ТO: Респондент

А есть ли какие-либо положительные моменты в кризисе? Видите ли Вы какой-то позитив?

З нами з: 10.03.09
Повідомлень: 75

[профиль](#) [pp](#) [email](#)

Догори

Респондент

Написане: п'ятниця березня 13, 2009 4:54 pm Тема повідомлення: цитата редаг. IP

З нами з: 13.03.09
Повідомлень: 7
Звідки: Днепропетровск

Какой позитив в кризисе? Разве что падение и развал экономической системе приведет к новому устройству мировой экономики, но это так сказать глобально. А субъективно позитива я не вижу вообще!!!!

[профиль](#) [pp](#) [email](#)

online forum

Example of technical realization (3)

- Forums also allow respondents to discuss things with each other

26

Респондент1

Написано: среда березня 18, 2009 8:42 am Тема повідомлення:

1.Много ли Вы думаете о кризисе? Часто ли Вы обсуждаете его с окружающими? С кем наиболее часто и в каком ключе?
 - о кризисе стараюсь не думать, обсуждаю его когда услышу или прочитаю новости по этому поводу, в основном с мужем или с сотрудниками.
 2.Каким Вы видите свое ближайшее будущее? Чего Вы ожидаете – улучшения или ухудшения ситуации? Опишите, пожалуйста, ваш вариант развития событий в течение следующего года
 - раньше было много планов, которые постепенно осуществлялись, а теперь все замерло, так что я не знаю что будет дальше. Конечно я надеюсь на положительный конц данной ситуации. Но это будет не скоро, может все и начнет налаживаться, так потом начнут готовиться к новым выборам, а страны - это новый кризис...
 3.Чего Вы опасаетесь больше всего? Какие наиболее реальные угрозы в ближайшем будущем Вы для себя видите?
 - больше всего опасюсь того что моей зарплаты не будет хватать на самое необходимое, ведь гривна обесценивается, а заработок не увеличивается...
 4.Какими Вы видите возможные положительные и отрицательные последствия кризиса?
 - положительных не вижу пока никаких, а отрицательные - это дефолт, который мы уже переживали.
 5.Как Вы предполагаете, долго ли продлится кризис в стране и что изменится в Вашей жизни с его уходом?
 в нашей стране кризис идет непредсказуемо, в отличии от др. стран мира, так что дату его окончания, наверно, никто не сможет предсказать. А что изменится в моей жизни зависит от того как он закончится (положительно или отрицательно)

Догори

Респондент2

Написано: среда березня 18, 2009 11:56 pm Тема повідомлення:

Респондент1 **написав:**
 А что изменится в моей жизни зависит от того как он закончится (положительно или отрицательно)

Имхо, само понятие "кризис" предполагает благоприятный его исход. Потому как если что-то плохое заканчивается, начинается что-то хорошее (по определению). Если же начинается что-то еще хуже, то это уже армагеддон 😊

Догори

Респондент1

Написано: четверг березня 19, 2009 8:34 am Тема повідомлення:

Респондент2 **написав:**
 Респондент1 **написав:**
 А что изменится в моей жизни зависит от того как он закончится (положительно или отрицательно)

Имхо, само понятие "кризис" предполагает благоприятный его исход. Потому как если что-то плохое заканчивается, начинается что-то хорошее (по определению). Если же начинается что-то еще хуже, то это уже армагеддон 😊

Это понятие только ПРЕДПОЛАГАЕТ, но не есть закономерность, тем более в нашей стране, это может длиться очень долго и можно где конц одного кризиса и начало другого

Догори


EXAMPLE

online forum

Example of technical realization (4)

- Each respondent has an opportunity to communicate with a moderator privately, with the help of personal box (private message)

27

Автор	Повідомлення
Модератор  З нами з: 10.03.09 Повідомлень: 75	Написане: п'ятниця березня 13, 2009 11:40 am Тема повідомлення: Старт форуму Уважаемые участники! Спасибо всем кто уже зарегистрировался! До начала дискуссии остается несколько часов. Вопросы появятся сегодня во второй половине дня, ориентировочное время 15.00-16.00. профиль пн email

EXAMPLE

GfK.com.UA
Онлайн-опрос

[Допомога](#) [Пошук](#) [Список учасників](#) [Групи](#)
[Профіль](#) [Нових приватних повідомлень немає](#) [Вихід \[Модератор \]](#)

[Вхідні](#) [Відіслані](#) [Вихідні](#) [Збережені](#)

[Відповідь](#) **GfK.com.UA**

Вхідні :: Повідомлення	
Від:	Респондент
До:	Модератор
Написане:	четвер березня 26, 2009 3:29 am
Тема:	Перегляд мого щоденника (вівторок 24 березня)

Катя я хотіла б спитатися чи Ви проглядали мою тему вівторок 24 березня оскільки не залишили мені запитання. Чи Ви не завжди будете ставити питання? наперед дякую за відповідь.

[профіль](#) [email](#) [ICQ](#)

[Відповідь](#)

Ваш часовий пояс: GMT + 2 Години

The second stage

Diaries/blogs

28

Studying objectives

- To study consumers buying behavior during the crisis
- To define consumers micro-strategies in reaction at crisis economic conditions

Methodology


- 8 online diaries
- Diaries were infill by men and women of 20-40 years from 4 cities: Kiev, Kharkov, Lvov, Dnepropetrovsk
- Each of the respondents at the end of the day described how he had spent his day – where had he gone, what he had bought, how changes coming with crises had influences his decisions

online diaries

Technical realization example (1)

- Respondent creates a topic for every day in which he describes his day, according to instruction received from a moderator

29



GfK.com.UA
Онлайн-опрос

[Допомога](#)
[Пошук](#)
[Список учасників](#)
[Групи](#)
[Профіль](#)
[Нових приватних повідомлень немає](#)
[Вихід \[Модератор \]](#)

Дневник 1
Модерує: [Модератор](#)

Учасники, які переглядають форум: [Модератор](#)

[НОВА ТЕМА](#) [GfK.com.UA -> Дневник 1](#)

[Позначити всі теми прочитаними](#)

Тема	Відповіді	Автор	Перегляди	Останнє
Понедельник 30 марта	2	Респондент	15	вівторок березня 31, 2009 10:35 am Респондент →
Воскресенье 29 марта	0	Респондент	3	неділя березня 29, 2009 8:32 pm Респондент →
Суббота	0	Респондент	5	субота березня 28, 2009 7:06 pm Респондент →
Пятница 27 марта	2	Респондент	11	субота березня 28, 2009 6:07 pm Респондент →
Четверг 26 марта	1	Респондент	8	субота березня 28, 2009 10:50 am Респондент →
Среда 25 марта	3	Респондент	15	четвер березня 26, 2009 12:10 pm Модератор →
Вторник 24 марта	3	Респондент	23	середа березня 25, 2009 12:25 pm Респондент →
Обращение модератора. Обязательно для прочтения!!!	0	Модератор	35	середа березня 18, 2009 12:59 pm Модератор →

Показувати теми за :

[НОВА ТЕМА](#) [GfK.com.UA -> Дневник 1](#) Ваш часовий пояс: GMT + 2 Години

Сторінка 1 з 1

[Є нові повідомлення](#)
[Нова тема](#)

[Нові повідомлення \[Популярні \]](#)
[Нова тема](#)

[Нові повідомлення \[Закриті \]](#)
[Нова тема](#)

[Немає нових повідомлень](#)

[Немає нових повідомлень \[Популярні \]](#)


[Немає нових повідомлень \[Закриті \]](#)

[Оголошення](#)

[Прикріплено](#)

Перейти до:

Ви **можете** писати нові повідомлення в цю тему
 Ви **можете** відповідати на теми у цьому форумі
 Ви **можете** редагувати ваші повідомлення у цьому форумі
 Ви **можете** видалити ваші повідомлення у цьому форумі
 Ви **можете** голосувати у цьому форумі
 You **can** attach files in this forum
 You **can** download files in this forum
 Ви **можете** [модерувати цей форум](#)



Powered by phpBB © 2001, 2005 phpBB Group

online diaries

Technical realization example (2)

- Moderator, just like in forums, has an opportunity to ask specifying questions

30

Респондент

З нами з: 13.03.09
Повідомлень: 17

Написане: вівторок березня 24, 2009 4:10 pm Тема повідомлення: Вторник 24 марта

1. Утро начиналось приятно легко. И это радостная новость, так как будет возможность выйти немного пораньше и спокойно сесть в маршрутку, а не втиснуться. Хотя и подняли стоимость на проезд, людей пользующихся маршруткой не убавилось. Хочешь не хочешь, а на работу ездить надо. Но то, что с деньгами у населения туго, все таки заметно: сегодня первый раз в жизни увидела как с виду обычная, нормально одетая женщина в самый последний момент втискивается в маршрутку, почти на ходу маршрутки; и пользуясь, тем что водитель конечно не видел как она залазила в машину, так как в это же время он уже начинал выруливать на среднюю полосу - женщина конечно не платит за проезд. Сама я стояла достаточно близко, чтоб заметить, что она так и не заплатила. Раньше только молодежь могла не проехать зайцем и то - одну остановку.

А на работе сегодня день еще тот. Задумаешься и вправду кризис затронул все и всех: все немного злые уже с утра и в тоже время боятся с кем то поговорить что то лишнее сказать. А что касается меня - сегодня позвонила одна из моих шефов, попросила передать сотруднику что-то передать. А я забыла. Вот и жду какое будет наказание, а ведь это просто мелочь о которой завтра никто не вспомнит, а ты уже сидишь и нервничаешь. А еще шеф стал придирчивый, постоянно проверяет то, что никогда не проверял и что никогда не входило в мое ведомство. А тут я вдруг должна уже и за этот кусок отвечать. Сидишь как на пороховой бочке.

Идет дождь. Вечером даже в магазин заходить не придется. И отговорка даже не в дожде, а в этих злополучных деньгах. Вроде и получаю достаточно, но денег очень мало как оказалось.

На сегодняшний день - одна маленькая радость - обед отменился - был день варенья у нашей сотрудницы(выставлялась). Поэтому сытая и с сэкономленной копеечкой могу спокойно ехать домой. Раньше могла спустить на обед грн 30 и вечером чего-нибудь вкусенького прикупить грн этак на 80 и это было нормой., не то что сейчас...

2. Что касается покупок, то кроме оплаты транспорта - куда мои деньги не ушли.

Догори

профіль пп email

Модератор

З нами з: 10.03.09
Повідомлень: 75

Написане: вівторок березня 24, 2009 5:11 pm Тема повідомлення:

Вы написали, что раньше могли позволить себе потратить на обед 30 гривен, а во сколько теперь, в среднем, выливается Вам обед? Если дешевле чем раньше - то каким образом Вы этого достигаете?

Спасибо!

Догори

профіль пп email

Респондент

З нами з: 13.03.09
Повідомлень: 17

Написане: середа березня 25, 2009 12:08 pm Тема повідомлення: ответ

Раньше в среднем стоимость обеда колебалась от 17грн до 30грн. И после такого обеда я обычно не ужинаю уже. Работаю на Крещатике, брать обед с собой неудобно - негде подогреть. Ходим в "Пузату хату" и в "Здоровеньки були". Больше некуда.

А теперь ходим только в "Здоровеньки були" - там дешевле, относительно конечно - цены всеравно поднялись. Сразу не скажешь, что поднялись - так там на гривну, та 50 коп., а в итоге стоимость обеда увеличивается на 5-6 грн, а если еще умножить на 22 рабочих дня слишком большая сумма выходит. Теперь в среднем приходится укладываться в 10-12грн, а то и брать супчик заварной с собой на работу. А уж вечером дома чего нибудь покалорийней кушать.

EXAMPLE

3.2. TOP LINE RESEARCH RESULTS

General understanding of economic crisis term

Initial reasons

- «Overblown» economy
- Consumption ideology
- Irrational resources spending

Economic consequences

- Economic recession, decay
 - National currency devaluation
- Women:
- Financial system collapse
 - Inflation
 - Enterprises closing
- Men:
- Decrease of industries profitability, prevalence of expenses over incomes

Consequences for population

- Instability, unpredictability
 - Massive dismissal, unemployment rate growth
 - Poverty, decrease in level of life
- Women:
- Backpay
 - Credit payments rising
 - Prices growth, population paying capacity decrease

- 30-40 y.o. (rarely – positive consequences)
- Market purification: removal of “extra” players
 - Immovable property cost decrease

+

GfK

Crisis influence on life in the country/city

Crisis consequences:

33



Prices
rising/inflation



Problems with work



Decrease in
activeness of larger
cities population



Outburst of
delinquency, fraud

Crisis influence on people around

Negative (more often)

- Conversations about crisis
- The question "where to take money"
- Negative mood
- Aggression VS Apathy
- Less rest, more work
- Decrease of trust to banks, politicians, state

-

Positive (less often)

- «Rallying» of society
- Friends and relatives support
- Rationalization of resources usage
- Values review – bringing relations with close people and friends to the forefront

+

Crisis personal perception – impact on respondents' life

FOR ME CRISIS IS...

FOR ALL:

- Uncertainty about tomorrow
- Increase of working place value

FOR THOSE ESTABLISHING DECREASE OF PAYING CAPACITY

- Quality of life decrease:
 - Economy regime
 - Refusal from earlier planned events
 - Cutting down entertainment budget
- Collapse of hopes and expectations VS. Changes in life
- Change of attitude to money



Expenditure amendment

36

OBLIGATORY EXPENDITURES



- Food (especially important for families with children)
- Medications and hygiene
- Public utilities, phone
- Credit paying off
- Home pets care

ON WHAT TO ECONOMISE



- Clothes and footwear
- Leisure and entertainment
- Technical home appliances and electronics
- Sport, work-outs
- Expensive food

ECONOMY STRATEGIES

37

Key strategy – maximally avoid “extra” expenditures, rationalization of money-spending

Economy strategies

- Refusal from purchases of not first necessity
- To postpone big purchases
- To refuse from expensive trips
- To limit leisure time spending
- To plan one’s expenditures
- To buy things where it is cheaper



Micro-strategies of economy

38

In general, women are more likely to save money in the period of crisis – they are ready to change their consumption habits adjusting to new conditions



While buying goods of every day usage

- To buy things where it is cheaper and/or with discounts
- To buy cheaper and/or "simpler" products
- To buy «favorite» products less often and in smaller amount
- To buy inexpensive goods that don't get spoiled in large amount for future (male strategy)
- To take limited amount of money to the store, not to take children there (female strategy)

Micro-strategies of economy

39

EVERY DAY FOOD CONSUMPTION



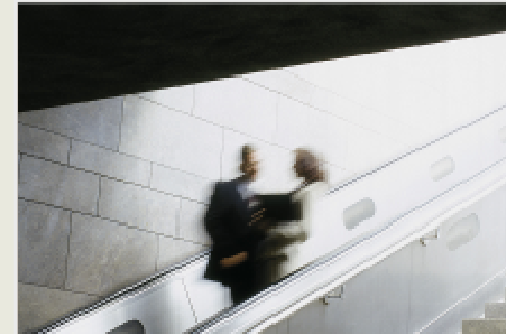
- To go for a lunch into less expensive places
- To buy less food for lunch/less expensive food
- To cook more themselves, to take lunch from home

LEISURE



- To give up going to cinema, theatre, less often – to visit guests
- To spend leisure at home in family circle

EXPENDITURES FOR TRANSPORTATION (Kiev)



- To use less expensive public conveyances
- To walk if possible
- To cancel taxi usage

Expectations from crisis

+

**For country
economy in
general**



- Reformation of economic system, new opportunities discovery
- Improvement of services quality due to strong competition
- Stage-by-stage improvement of situation in the country, return to "before crisis" condition

**For oneself
personally**



- A stimulus to improve oneself, search new ways of development, think about future
- Further prices decrease for real estate and land, improvement of living conditions
- Expenditures rationalization, more reasonable resources spending

Crisis threads

41

-

**For country
economy in
general**



- Further uncertainty without knowing what will be tomorrow
- Crisis deepening:
 - Hryvna devaluation, prices increase, public utilities fees enlargement
 - Default, «return to 90th»
 - Less often: chaos in the country, delinquency growth, civil war

**For oneself
personally**



- To lose work and means of subsistence
- Large unplanned financial expenditures – illnesses, technical appliances breaking
- For those who have credit – fear of pawn property loss
- For those who have a deposit – fear of it being not returned

4. Conclusion

Conclusion

43

- > Despite of skeptics' opinions, we consider qualitative online research to be a full all-sufficient studying instrument that can be used as both independent instrument and a component of more complicated complex research

- > An absolute benefit of qualitative online research is the speed of its conducting and relatively low cost
- > Moreover, qualitative online research has a number of characteristics that can not be obtained in offline research:
 - > Possibility of simultaneous respondents participation from different cities and even countries in a group/forum;
 - > Removal of social and psychological barriers due to anonymous participation;
 - > Facilitating access to hardly reachable target groups

Conclusions

44

- > Assuming all the above mentioned benefits and disadvantages of qualitative online research, they are best for solution of the following objectives:

 - > Express-testing advertisement materials for other communication channels (visuals, ads, posters)
 - > Pilot research: short U&A, studying attitude and perception of researched category in general
 - > Studying hardly reachable target audiences
 - > Research directly connected with Internet-environment (for instance, web-sites testing, banners, blog sphere studying, etc).
 - > Qualitative online research is also an optimal option when terms are limited or the research budget is relatively small

Conclusions

Application spheres vs methods

45

Objectives	Recommended methods
Advertisement materials testing (TB ads, posters, advertisement in magazines, banners)	<ul style="list-style-type: none"> • online focus group or online forum
Web-sites testing	<ul style="list-style-type: none"> • with consumers –online forum • with experts – expert online interview or Delphiblog
Pilot market/category research, U&A, studying of research category attitude and perception in general or to a brand, product	<ul style="list-style-type: none"> • Site-Sonar • online forum
Expert research	<ul style="list-style-type: none"> • online expert panel • online expert interview • Delphiblog
Studying "sensitive" topics – social problems, finance, health, sex, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • online forum • online interview • Site-Sonar
Studying hardly reachable target audiences (high income target groups, niche target audience, reachable in the Internet)	<ul style="list-style-type: none"> • online forum • online interview

**Thank you for your
attention!**