



Гайд ІАВ Україна онлайн вимірювачів і дослідників

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2021 видання перше

У випадку використання тексту або будь-якої його частини обов'язкове посилання на джерело та правовласника

Вступне слово	3
Методологія	4
Онлайн вимірювачі та дослідники:	
DigData	5
FACTUM GROUP	6
Gemius	7
Gradus Research	8
InMind	9
IPSOS LLC	10
Kantar Ukraine	11
Research.ua	12
Порівняльна таблиця технічних характеристик дослідників за визначеними параметрами	14



Дар'я Маліхатко

Керівниця комітету Market Research IAB Ukraine
Analytics & Research Director Publicis Groupe



«Минулий рік і зміни у поведінці та звичках українців ще більше актуалізували питання необхідності досліджень для розуміння аудиторії. При зростаючому рівні penetрації Інтернету в Україні, він вже давно став звичним каналом комунікації та взаємодії для загальної аудиторії. Це дозволяє проводити широкий спектр аудиторних досліджень саме онлайн.

Водночас, при збільшенні об'ємів інвестицій в онлайн-рекламу і розширенні її типів, зростає актуальність моніторингових досліджень онлайн.

Мета даного Гайду – надати ринку зведену базову інформацію стосовно можливостей аудиторних та моніторингових досліджень онлайн в Україні. Комітет Market Research IAB Ukraine розраховує на залучення всіх компаній, що надають сервіси в цій сфері та відображення повної екосистеми надалі»



- Формування переліку онлайн вимірювачів та дослідників проводилося Комітетом ринкових досліджень ІАВ Україна шляхом анкетування.
- Запрошення прийняти участь у анкетуванні було надіслане усім онлайн вимірювачам та дослідникам, які проводять аудиторні та медіа дослідження на території України.
- Зазначена інформація у Гайді, відкрито надана учасниками анкетування.
- Даний Гайд не є відображенням повного переліку представників аудиторних та медіа онлайн вимірювачів та дослідників, а лише зазначає тих учасників, які надали інформацію для публікування.
- Щоб додати компанію до наступного видання Гайду онлайн вимірювачів та дослідників, надішліть нам листа на anastasiya.baydachenko@iab.com.ua



Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- Трекінгові дослідження для моніторингу знання та споживання брендів різних категорій
- Дослідження ефективності реклами – дослідження впливу рекламних кампаній, ефективності рекламних кампаній, діагностики креативів (порівняно з середньоринковими нормами - як для ТВ, так і для діджитал-розміщення)
- U&A дослідження
- Сегментаційні дослідження
- Дослідження споживчої поведінки – дослідження мотивацій та бар'єрів до споживання брендів та категорій
- Пенетраційні дослідження
- Діагностичні дослідження креативів, тестування пакувань, логотипів, неймінгу і т.д.



<https://factum-ua.com/>



Богдана Хляпатура, bogdana.khliapatura@factum-ua.com,
Business Development Director



[Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- AdНос кількісні дослідження
- AdНос якісні дослідження
- Design thinking та Креативні дизайн сесії
- Стратегічні воркшопи з маркетинговими командами і агенціями

Опис основних методологій AdНос кількісних досліджень

- Brand Core – комплексна діагностика бренда в конкурентному оточенні
- AdOpinion Pretest та AdOpinion Recall – тестування рекламних кампаній перед запуском та оцінка їх ефективності після
- UX/UI-дослідження – тестування мобільних додатків, лендінгів, сайтів і т.д.
- Customer journey - вивчення клієнтського досвіду та аналіз усіх тачпойнтів, з якими клієнт взаємодіє на своєму шляху
- Цінові Conjoint дослідження – допомагають знайти оптимальну ціну, сконструювати якісний продукт та оновити лінійку
- Економетричні дослідження – допомагають визначити найбільш впливові фактори і спрогнозувати зміни
- Сегментаційні дослідження – психографічні, поведінкові, бенефітні та інші види сегментацій
- Трекінгові та ролінгові дослідження дослідження будь-якої складності (оцінка здоров'я бренду, рекламної активності, лояльності і т.д.)
- NeuroScan - розпізнавання емоцій, аналіз eye-stopper'ів та когнітивної активності споживачів через дослідження психофізіологічних реакцій на маркетингові стимули
- Добре відомий знак - опитування для визнання торговельного знаку добре відомим з метою захисту інтелектуальної власності

Gemius

 www.gemius.com, www.adhocs.com.ua

 Леся Прус lesya.prus@gemius.com

 [Credentials](#)



Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- Аудиторне дослідження сайтів
- Моніторинг медіа розміщень
- Аудит медіа розміщень
- Site performance (трафік, розподіл джерел)
- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- Онлайн-інтерв'ю CAWI. Основний метод дослідження –Real Time Sampling (RTS), тобто, в режимі реального часу, коли Інтернет-користувач відвідує веб-сайти у всесвітній павутині, йому відображається анкета з пропозицією взяти участь у дослідженні. Опитування проводяться на веб-сайтах з високим охопленням (Reach) та з відповідним темі дослідження контентом.
- Додатково проводяться окремі рекрути міні-панелей під конкретні задачі (наприклад, онлайн панель фармацевтів) з подальшою email розсилкою посилання на анкету.

 <https://gradus.app/uk/>

 Анна Ільєнко, ai@gradus.app, +380 67 691 62 82

 [Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- Аудит медіа розміщень
- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- Респонденти отримують запрошення в опитування згідно своїх соц-дем параметрів. В разі наявності поведінкових характеристик, скрінінгові питання додаються на початку анкети.

Проходження опитування відбувається в спеціальному мобільному додатку gradus.app методом самозаповнення анкети. В анкеті можливі всі види запитань: відкриті, напіввідкриті, закриті, шкальні, рангові, тестування статичних зображень та відео.

Автоматизація збору даних призводить до суттєвого скорочення часу на польовий етап і обробку даних (репрезентативні національні вибірки порядку 1000 анкетзакриваються за 2-4 години), та оптимізію вартості.

InMind



www.inmind.ua



Олена Попова



[Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- BrandHealth
- AdEfficiency
- NPS
- Reputation Audit
- CSI
- UX/CX
- Segmentation
- Conjoint etc.



<https://www.ipsos.com/en-ua>



irina.baleva@ipsos.com



[Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження
- Social Listening
- In-app performance

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- New Product Test (Inno*Test) with Sales forecast
- Idea & Concept Testing
- Communication
- Exploratory & Segmentations
- Brand Health
- Customer Satisfaction and Interaction
- Price Elasticity and Demand Forecasting
- Market & Business Opportunity Sizing



www.tns-ua.com



Кирило Єжов, kyrylo.yezhov@kantar.com



[Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- Аудиторне дослідження сайтів
- Моніторинг медіа розміщень
- AdHoc кількісні дослідження
- AdHoc якісні дослідження

Опис основних методологій AdHoc кількісних досліджень

- Need Scope забезпечує глибоке розуміння емоційних потреб, дозволяючи їм позиціонуватись унікальними та переконливим способами. Стратегічне рішення в перспективі зростання бренду.
- Holistic Brand Guidance – гнучка, інтегрована структура, яка допомагає визначити, побудувати та керувати ефективністю вашого бренду за ключовими аспектами.
- Meaningfully Different Framework - містить додаткові діагностичні заходи та аналіз, щоб надати розуміння всьому процесу прийняття рішень споживачем.
- ConversionModel - надає детальну інформацію про динаміку категорій та структури витрат, визначаючи можливості для залучення нових споживачів, формування потребування бренду та присутності на ринку.
- Connect - забезпечує 360-градусний огляд ефективності бренду в усіх точках взаємодії
- CMeter - пропонує цілісну систему вимірювань в Інтернеті
- AdEval – визначає якість креативу завдяки вимірюванню ефективності реклами, отримуючи як коротко-, так і довгострокові значення впливу
- eCommerce Decisions- призначені для збільшення конверсії шляхом поліпшення взаємодії покупців із брендом та категорією
- CX+ працює з послідовним аналізом, щоб допомогти бізнесу пов'язати досвід клієнтів із обіцянкою бренду
- Evaluate - це набір рішень для тестування, що дозволяє створювати, перевіряти та підтверджувати виграшні інноваційні рішення, залучати споживачів та стимулювати зростання



<https://research.ua>



Олексій Делюков, +380 68 948 9988



[Credentials](#)

Сервіси онлайн, що надаються компанією ринку

- AdНос кількісні дослідження
- AdНос якісні дослідження

Опис основних методологій AdНос кількісних досліджень

- Brand Health Tracker
- Usage & Attitude Study
- Customer Satisfaction
- Price Sensitivity Research
- AD, Package, Concept, Product Test
- AD Recall, Message Recall Test

Порівняльна таблиця технічних характеристик дослідників за визначеними параметрами

	Розмір онлайн панелі	Цілі використання онлайн панелі	Наявність web/desktop/API інструменту для роботи з результатами	Кількість проведених досліджень за весь період роботи компанії	Наявність бенчмарок
DigData	125 000	Лише для опитувань та аналітики	Ні	Понад 600	Так
FACTUM GROUP	340 000	Повний спектр маркетингових досліджень	Так	Приблизно 1606	Так
Gemius	100 000 cookie-панель (PC/Mobile), 15 000 software-панель (PC), 3 000 software-панель (Mobile)	Виключно онлайн-дослідження	Так	AdHoc 80-100 досліджень щороку	Так
Gradus Research	24 000 користувачів (ЦА 14-60, 50K+) 100% користувачів верифіковано за допомогою CATI середній респонс-рейт складає 55-60%	Проведення <ul style="list-style-type: none"> • AdHoc, • BrandHealthTracking • AdTracking для клієнтів агенції	Так	Близько 300	Так

Порівняльна таблиця технічних характеристик дослідників за визначеними параметрами

	Розмір онлайн панелі	Цілі використання онлайн панелі	Наявність web/desktop/API інструменту для роботи з результатами	Кількість проведених досліджень за весь період роботи компанії	Наявність бенчмарок
InMind	140 000+	ad hoc дослідження, трекінги	Так	>100 онлайн проектів щорічно (загалом понад 300 проектів щорічно)	Так
IPSOS LLC	300 000 в Україні Понад 20M у світі	access panels for surveying	Так	10 000	Так
Kantar Ukraine	5 000 десктоп та 1 000 мобайл для інтернет вимірювань > 96 000 для онлайн-досліджень з 36 000 детально профільованими панелістами	Інтернет-вимірювання та онлайн-дослідження (кількісні та якісні опитування, AdHoc та синдіковані)	Так	> 10 000	Так
Research.ua	280 000	маркетингові дослідження	Так	> 2 000 онлайн опитувань, > 100 AdHoc досліджень	Ні



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою anastasiya.baydachenko@iab.com.ua
Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції гайду.

Долучайтесь до ІАВ!