

BRAND

PULSE

2024

Описание
проекта

BRAND PULSE

продукт Mediascope
для стратегического
маркетинга



Для производителей товаров и
услуг



Для медиахолдингов и интернет-
сервисов



Для рекламных
агентств

BRANDPULSE: ТРИ В ОДНОМ



БОЛЬШОЙ СПРАВОЧНИК

для стратегического планирования маркетинговых коммуникаций

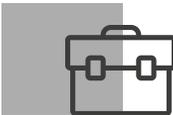
- Объемы и тренды рынков
- Целевые группы
- Медиапредпочтения и touchpoints
- Привычки потребления
- Образ жизни и психографика



ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА

для регулярной оценки здоровья брендов и эффективности рекламы

- Показатели бренда
- Конкурентный анализ
- Динамика и тренды
- Профиль потребителей
- Эффективность коммуникаций



ОПРОС ПОД ЗАКАЗ

на той же панели с возможностью пересечения результатов

- Дополнительные вопросы под конкретные задачи конкретного заказчика

КАК УСТРОЕН СБОР ДАННЫХ

- Сравнительно небольшая (30k), зато репрезентативная онлайн панель
- Обязательное профилирование
- Разные типы данных собираются с разной периодичностью (от 1 раза в неделю до 1 раза в год)
- Гибкий конструктор из множества коротких анкет
- В базе данных каждая короткая анкета дополняется полным профилем
- Ежеквартально проводится выборочный сезонный профиль, чтобы уточнить потребление в сезонных категориях



ЧТО ВКЛЮЧЕНО В ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ ПРОФИЛИРОВАНИЕ



Соц/дем

Личные и семейные характеристики
(40+ вопросов)



Образ жизни

Вопросы о досуге, отдыхе
(15+ вопросов)



Психографика

Суждения и ценности
(40+ вопросов)



Медиапредпочтения

Вопросы о медиа и онлайн сервисах
для определения точек контакта с
потребителями
(55+ вопросов)



Реклама

Вопросы об отношении к рекламе на
различных носителях
(10+ вопросов)



Потребление

Вопросы о продуктах (90+ вопросов),
о лекарствах и заболеваниях (70+
вопросов), о средствах по уходу и
косметике (65+ вопросов), о технике
(75+ вопросов) и др.

425+

категорий товаров и услуг
представлены
в измерении BrandPulse

-  Продукты и напитки
-  Косметика и парфюмерия
-  Уход и гигиена
-  Бытовая химия
-  Одежда и обувь
-  Часы и украшения
-  Товары для дома
-  Детские товары
-  Товары для животных
-  Автомобили
-  Бытовая техника и электроника

-  Путешествия
-  Транспорт
-  Телекоммуникации
-  Финансы и страхование
-  Недвижимость
-  Строительство и ремонт
-  Медицина
-  Спорт
-  Развлечения и досуг
-  Посещение магазинов
-  Ecommerce
-  Онлайн сервисы

ВСЕ ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ В BRANDPULSE ДЕЛЯТСЯ НА ДВА ТИПА



01. Есть данные по брендам

1. Игровые приставки
2. Кофеварки
3. Кухонные плиты
4. Мелкая бытовая техника*
5. Ноутбуки
6. Пылесосы и роботы-пылесосы
7. Смартфоны
8. Стиральные и сушильные машины
9. Телевизоры
10. Холодильники
11. Часы и смарт-часы
12. Электрические зубные щетки
13. Магазины электроники и бытовой техники

02. Нет данных по брендам, но есть данные о факте потребления

1. Стационарные компьютеры
2. Обычные кнопочные телефоны
3. Планшеты
4. Приставки для просмотра ТВ
5. DVD-плееры
6. Домашние кинотеатры
7. Умные колонки
8. Проводные наушники
9. Беспроводные наушники
10. Портативные колонки
11. Электронные книги и переводчики
12. Очки виртуальной реальности
13. Экшн-камеры
14. Фотоаппараты
15. Видеокамеры
16. Фитнес-браслеты
17. Ирригаторы
18. Фены и фен-щётки
19. Стайлеры, щипцы, выпрямители
20. Эпиляторы
21. Электробритвы
22. Напольные весы
23. Водонагреватели
24. Электрообогреватели
25. Кондиционеры
26. Очистители и увлажнители воздуха
27. Посудомоечные машины
28. Кухонные вытяжки
29. Электрические миксеры
30. Электрические соковыжималки
31. Хлебопечки
32. Кухонные комбайны
33. Пароварки
34. Фильтры для воды
35. Квадрокоптеры
36. Гироскутеры, моноколеса, электросамокаты
37. Видеорегистраторы
38. Техника для сада и огорода
39. Строительные электроинструменты
40. Другая техника для уборки дома (кроме пылесосов)

*Включает электробритвы, утюги, отпариватели, электромясорубки, блендеры, мультиварки, электрочайники, микроволновые печи, электрогрили, при этом все предметы рассматриваются вместе, с общим списком брендов

НА ПРИМЕРЕ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ

ТОВАРНЫЕ КАТЕГОРИИ С БРЕНДАМИ, В СВОЮ ОЧЕРЕДЬ, МОГУТ БЫТЬ ДВУХ ВИДОВ



ЗОЛОТЫЕ

чаще поставки, больше выборка
30+ наиболее востребованных ТК

Целевая группа: мужчины и женщины 14-64 года, Россия 100k+ (можно выделить Мск, СПб, совокупность крупных городов, а также федеральные округа), потребители категории

Периодичность: ежемесячно с разбивкой по неделям

Выборка: 250 интервью в неделю
1000-1250 интервью в месяц
13000 интервью в год

Формат: базы данных, по запросы выгрузки и аналитика



СЕРЕБРЯНЫЕ

120+ товарных категорий

Целевая группа: мужчины и женщины 14-64 года, Россия 100k+ (можно выделить Мск, СПб, совокупность крупных городов, а также федеральные округа), потребители категории

Периодичность: ежеквартально с разбивкой по месяцам

Выборка: 500 интервью в месяц
1500 интервью в квартал
6000 интервью в год

Формат: базы данных, по запросы выгрузки и аналитика

НЕ ВАЖНО, ЗОЛОТАЯ КАТЕГОРИЯ ИЛИ СЕРЕБРЯНАЯ, ПО НЕЙ БУДЕТ ОДИНАКОВЫЙ НАБОР ДАННЫХ



BRAND HEALTH TRACKING (BHT)

Позиция бренда относительно конкурентов

Динамика ключевых показателей здоровья брендов
(включая спонтанные)



USAGE & ATTITUDE (U&A)

Справочник по товарной категории: привычки
потребления, типичные для этого типа товаров/услуг

В целом по категории, без деления на бренды

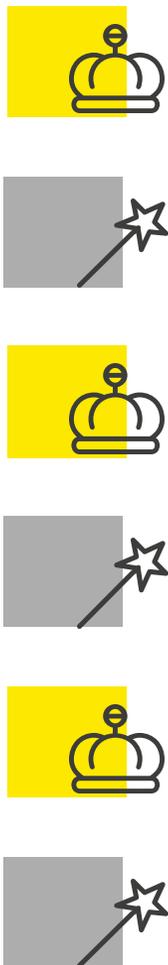
СПИСОК ПОКАЗАТЕЛЕЙ

- Первое упоминание
- Спонтанное знание
- Подсказанное знание
- Потребление
- Наиболее частое потребление
- Намерение купить
- Наиболее вероятная покупка
- Индекс NPS
- Универсальные атрибуты
- Спонтанное знание рекламы
- Подсказанное знание рекламы

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ

- Как часто потребляют товар?
- Какие вкусы / виды / форматы / опции предпочитают?
- Где совершают покупку?
- Кто и что влияет на решение о покупке?
- Какие факторы важны при выборе товара (цена, акции, состав...)?

НЕ ВАЖНО, ЗОЛОТАЯ КАТЕГОРИЯ ИЛИ СЕРЕБРЯНАЯ, ДАННЫЕ О КАТЕГОРИИ И БРЕНДЕ ДОПОЛНЯЕТ ПРОФИЛЬ



BRAND HEALTH TRACKING (BHT)

Позиция бренда относительно конкурентов

Динамика ключевых показателей брендов
(знание, использование, лояльность и другие)



USAGE & ATTITUDE (U&A)

Справочник по товарной категории: привычки потребления (частота, факторы выбора и др.)

В целом по категории, без деления на бренды



ПРОФИЛЬ

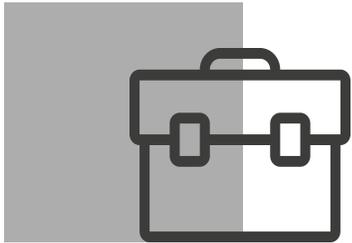
 Соц/дем	 Образ жизни	 Психо- графика
 Медиа предпочтения	 Реклама	 Потребление

НОВЫЕ

Бренды и товарные
категории

- В измерение BrandPulse за дополнительную плату можно добавлять бренды и категории. Такое добавление возможно с начала месяца (для золотых категорий) или квартала (для серебряных)
- Дизайн новой категории будет согласован с заказчиком, однако, поскольку это индустриальный проект, мы оставляем за собой право следовать определенным правилам BrandPulse
 - Вопросы новой категории будут написаны специально для нее, но с учетом категориальных шаблонов
 - Список брендов будет составлен вместе с заказчиком, однако данные по локальным/нишевым брендам могут быть ограничены размером выборки

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОПЦИЯ: ОПРОСЫ ПОД ЗАКАЗ



- Поскольку исследование базируется на опросе панелей, у нас есть возможность задать дополнительные вопросы с таргетированием, то есть выбрать из общей базы людей по определенным параметрам

- При этом в анкете можно задать только вопросы, интересующие заказчика, а готовые данные подлить из общей базы. Например, не тратить место в анкете на соц/дем портрет покупателей, а взять готовые данные по 40+ вопросам из Профиля панеля
- Дополнительные опросы на заказ можно купить вместе с подпиской на BrandPulse или без нее

СПАСИБО

 www.mediascope.net

 team@mediascope.net

 t.me/mediascopedata

