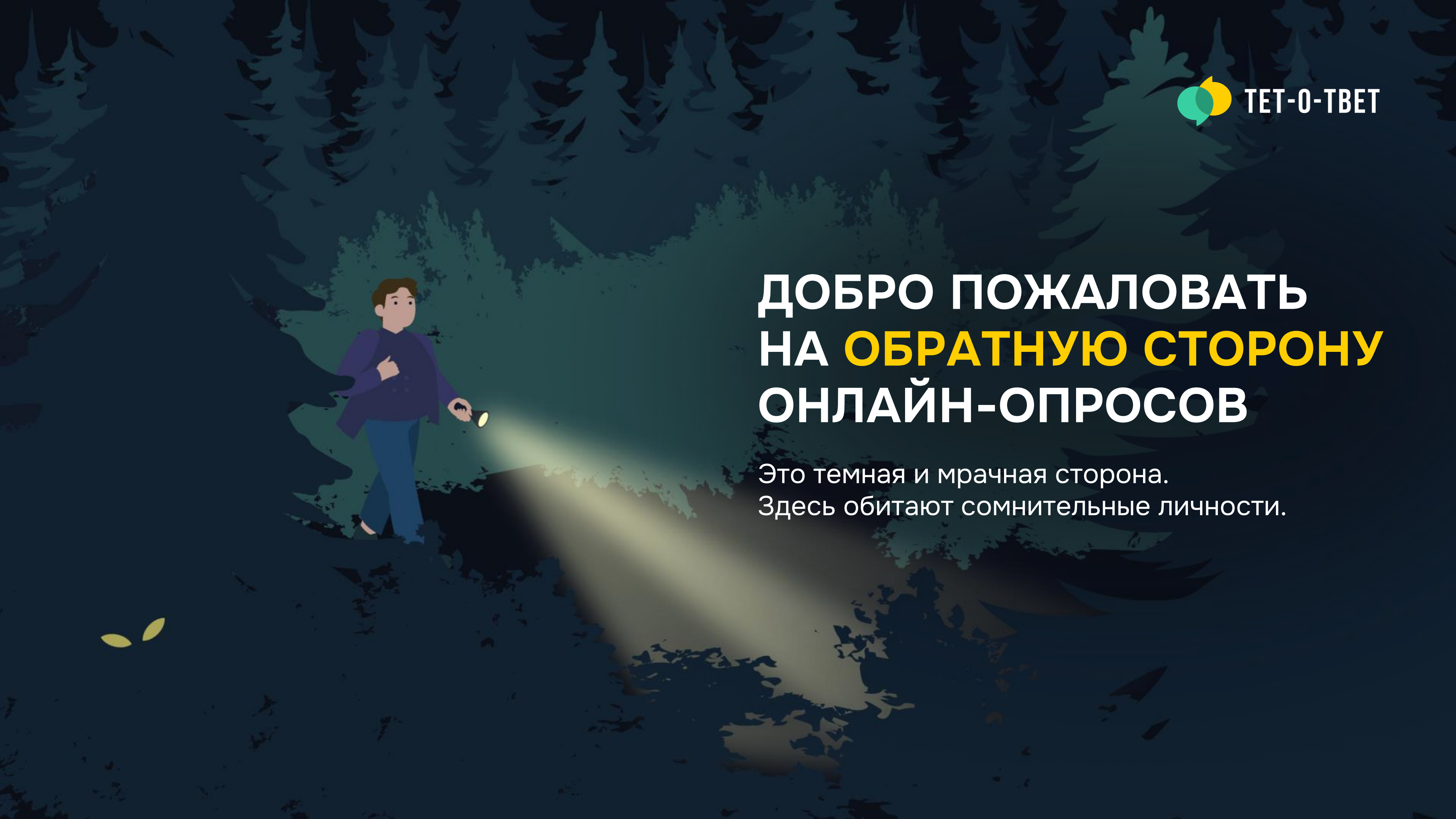


Две стороны онлайн-опросов

PANELBOOK ОНЛАЙН-ПАНЕЛИ ТЕТ-О-ТВЕТ
ДЛЯ **B2C** И **B2B**-ИССЛЕДОВАНИЙ





ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ
НА **ОБРАТНУЮ СТОРОНУ**
ОНЛАЙН-ОПРОСОВ

Это темная и мрачная сторона.
Здесь обитают сомнительные личности.

ВОТ ЛЕНИВЫЙ ПАНЕЛИСТ

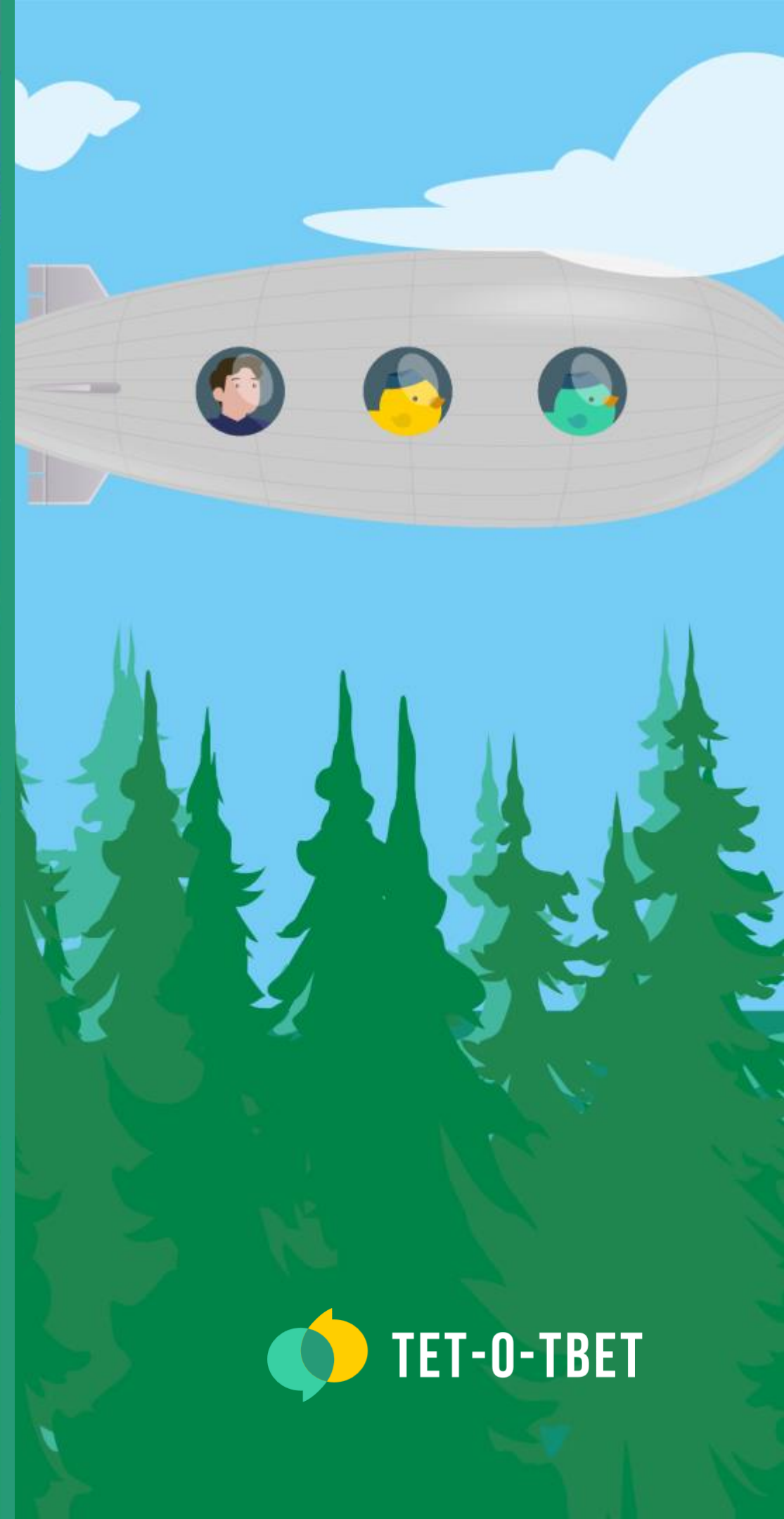
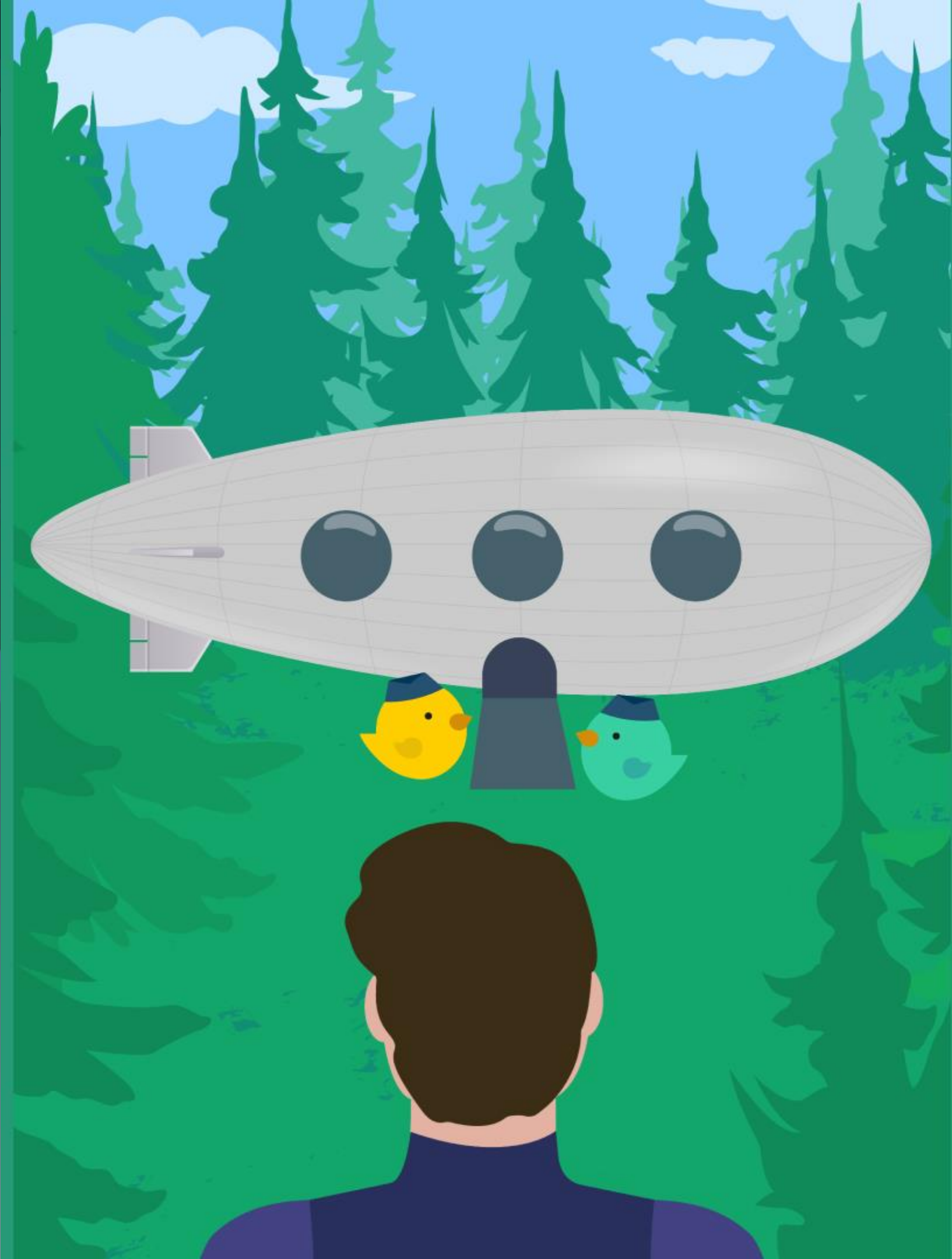
Участвуя в онлайн-опросах, он действует по принципу минимизации усилий: пропускает открытые вопросы, отвечает только «да» или «нет» даже там, где требуются пояснения, не заполняет длинные анкеты или бросает их на полпути. Но это — не самый опасный обитатель темной стороны: если тема опроса такого респондента достаточно заинтересовала, он перестаёт быть ленивым и становится добросовестным.

ЭТО АКТЕР

Он готов подделать свою личность целиком или предоставить отдельные ложные сведения, чтобы пройти как можно больше опросов за вознаграждение.

А ЗДЕСЬ ПРИТАИЛСЯ МНОГОЛИКИЙ

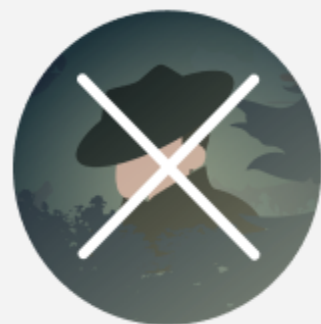
Можно сказать, что это актер высшего уровня. Он заводит сразу несколько аккаунтов от имени респондентов с разными социально-демографическими характеристиками и подстраивается под условия опросов, получая деньги за каждый из них.



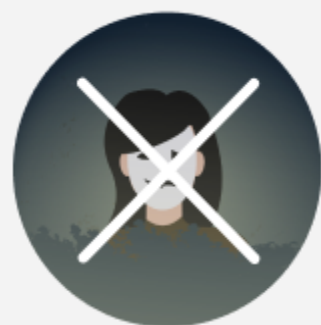
Супервозможности нашей онлайн-панели



Грамотный дизайн анкет
и тщательный отбор респондентов



Программное обеспечение, позволяющее
на основе вероятностных алгоритмов оценивать
достоверность личных данных, анализировать
«цифровой след пользователя», включать вопросы-
ловушки и осуществлять другие проверки



- Верификация личных данных
- Фиксация IP-адреса респондента в начале опроса
и запрет повторного заполнения анкеты с этого же адреса
- Запрет на вывод средств с разных аккаунтов на один
и тот же номер телефона или банковскую карту
- Дополнительные проверки и чистки имеющейся базы
респондентов вручную и на основе самообучающихся
программных алгоритмов



Контроль географии по IP дает возможность
удостовериться в правдивости предоставленных
сведений и отследить географические квоты для
сохранения репрезентативности конечной выборки



Регулярно проводимая оценка добросовестности
респондентов позволяет улавливать дубли
в регистрационных анкетах



Кросс-сопоставление данных помогает выявить
панелистов, пытающихся обмануть систему



**В соответствии с международными
стандартами качества социологических
исследований соблюдается строгая
конфиденциальность персональных
данных респондентов**

Главные преимущества панели

КАЧЕСТВО, СКОРОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ



Качество

Наши опросы соответствуют самым высоким международным и российским [стандартам качества](#) ESOMAR и OIPOM.

Управление качеством осуществляется на всех стадиях исследования: от получения брифа до передачи результатов клиенту.

Постоянный рекрут

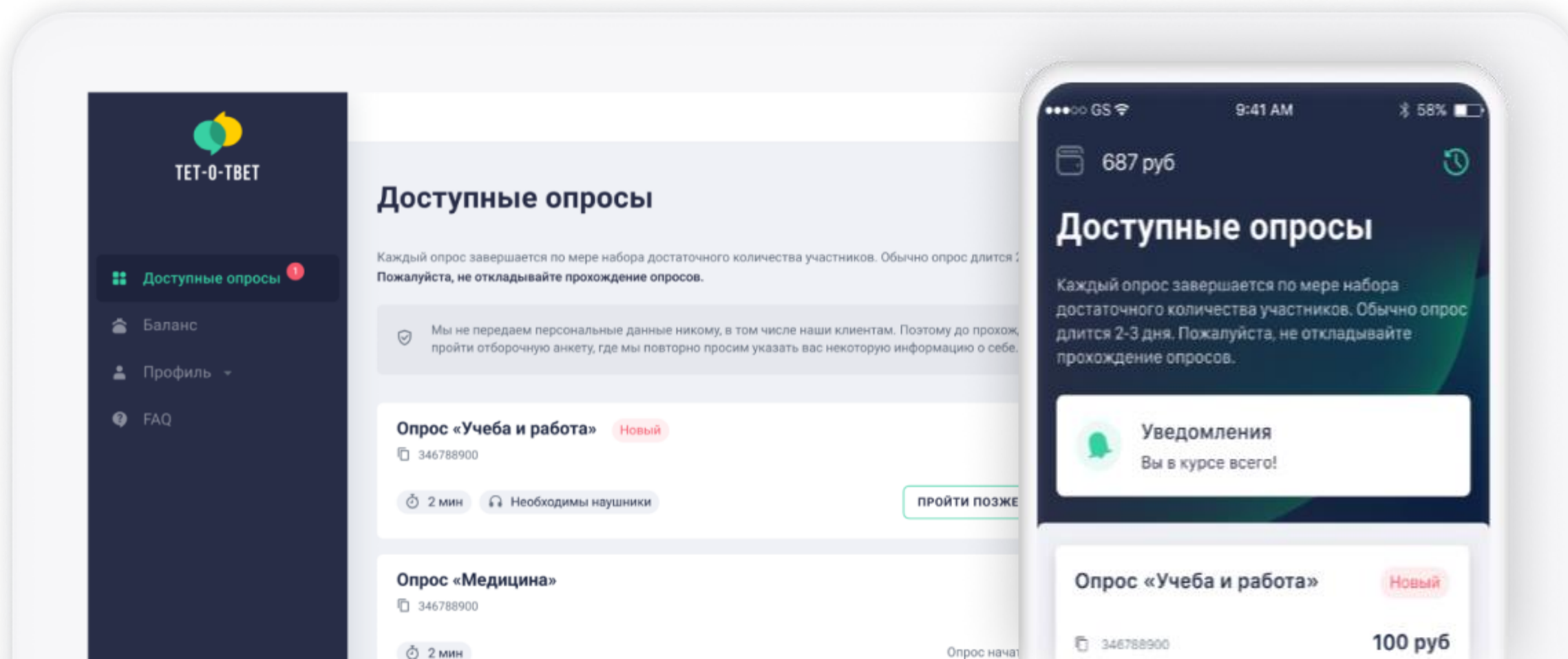
Благодаря постоянному рекруту респондентов мы избегаем их профессионализации и искажений, связанных с периодическими ответами на одни и те же вопросы волновых исследований.

Широкий охват

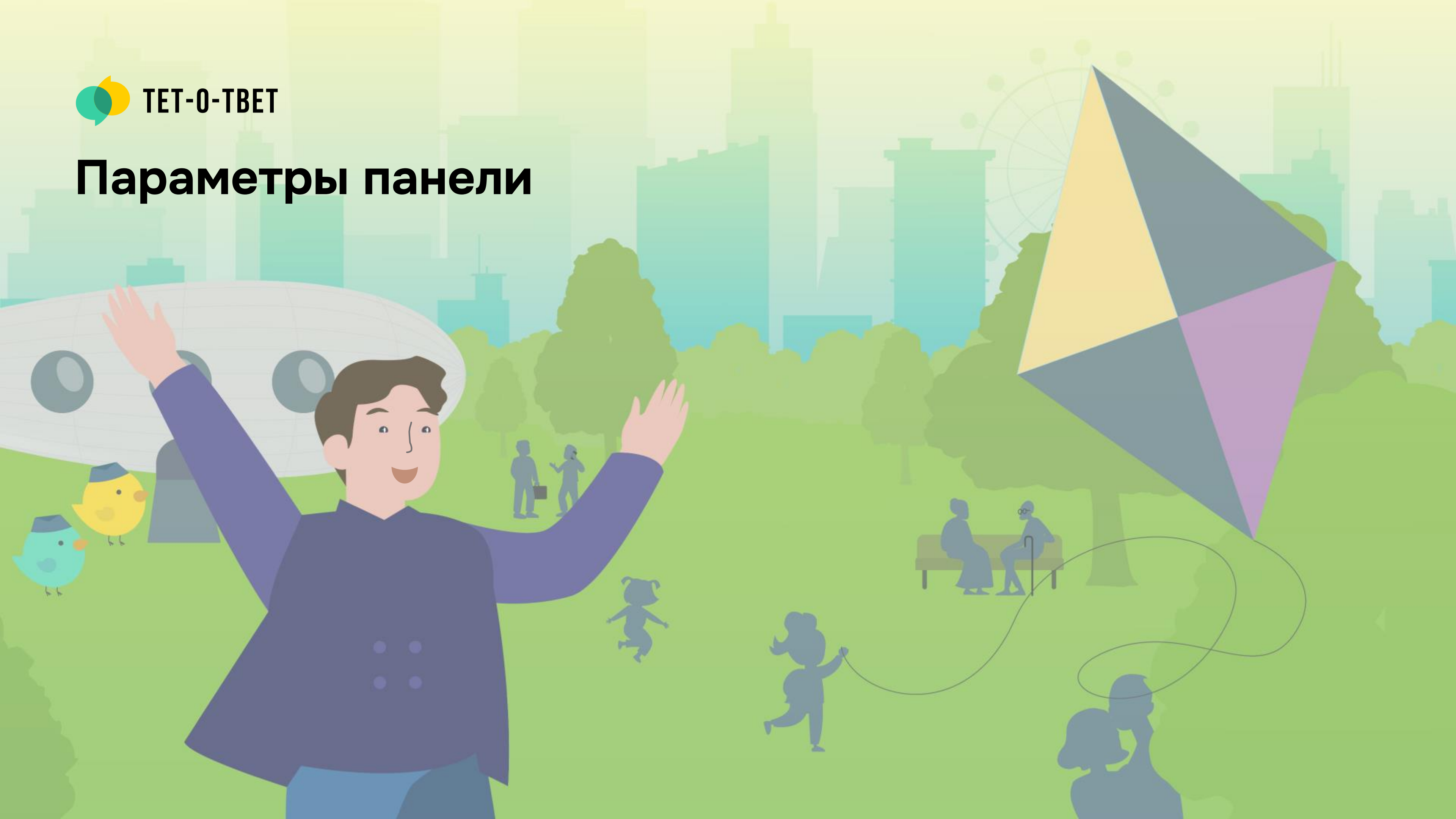
Широкий охват аудитории позволяет найти даже труднодостижимых респондентов и опросить их по самым непростым темам.

Индивидуальный подход

Наши менеджеры работают с каждым клиентом индивидуально и помогают так составить анкету, чтобы ее вопросы «били точно в цель» – позволяли получить всю необходимую информацию для решения поставленных задач.

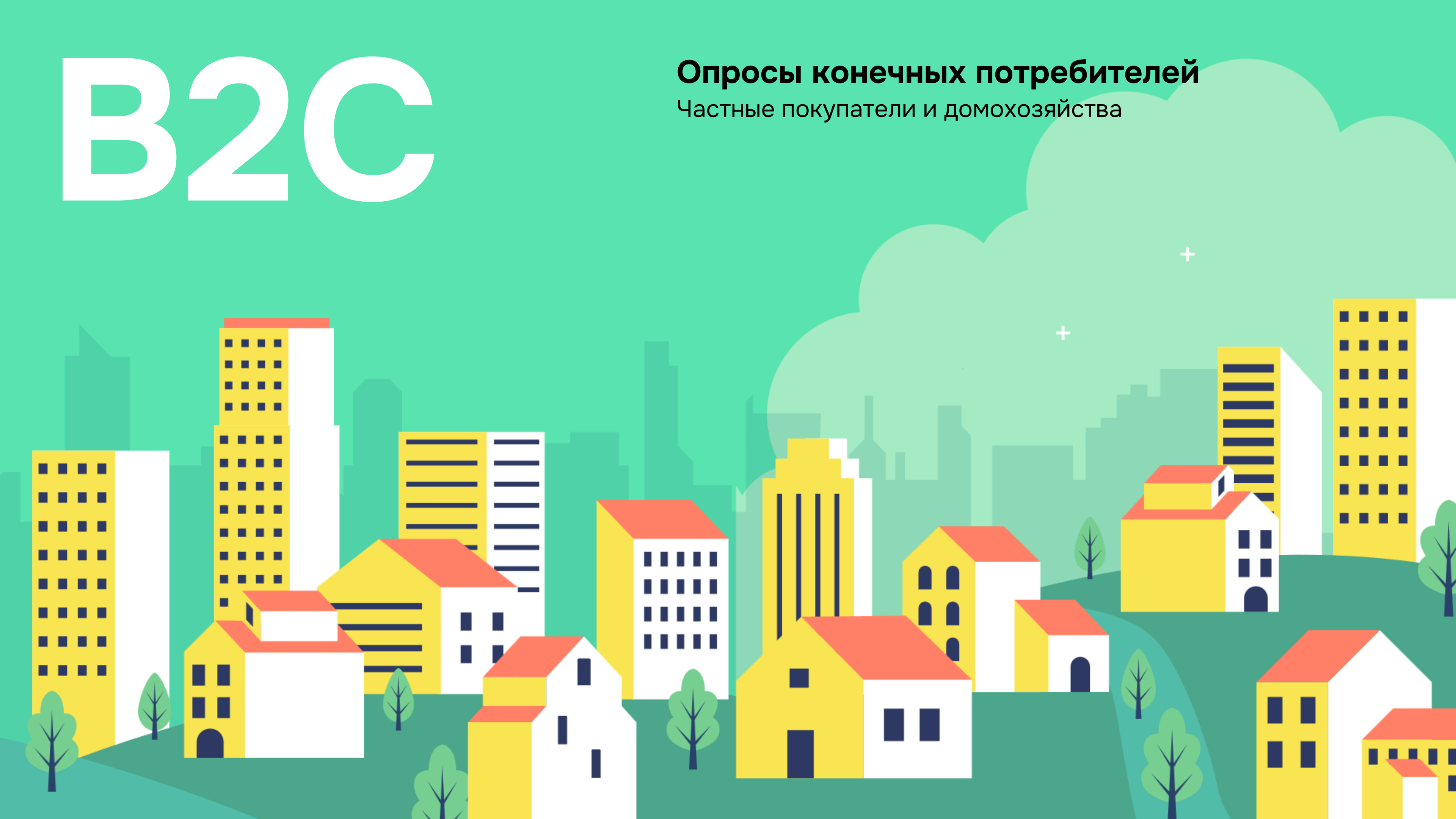


Параметры панели



B2C

Опросы конечных потребителей
Частные покупатели и домохозяйства



Демографические параметры



Мы стремимся формировать панель респондентов таким образом, чтобы она максимально точно отражала население России – во всем его многообразии. Регистрация в панели доступна для респондентов старше 14 лет.

>700 тыс.

общее количество участников

до 10 тыс.

новых участников ежемесячно

Пол	N	%
Мужской	322 026	46
Женский	378 030	54

Уровень образования	N	%
Неполное среднее образование	63 006	9
Среднее общее образование (школа или гимназия)	175 014	25
Среднее профессиональное образование	210 014	30
Незаконченное высшее (не менее 3 курсов вуза)	56 005	8
Высшее образование	182 015	26
Ученая степень	14 002	2

Возраст	N	%
14–17 лет	49 004	7
18–24 года	210 017	30
25–34 года	182 015	26
35–44 года	133 011	19
45–54 года	70 005	10
55 лет и старше	56 004	8

Регион проживания	N
Алтайский край	6 687
Амурская область	2 973
Архангельская область	3 895
Астраханская область	4 009
Белгородская область	4 325
Брянская область	4 246
Владимирская область	4 035
Волгоградская область	8 920
Вологодская область	3 970
Воронежская область	7 926
г. Москва	145 525
г. Санкт-Петербург	45 773
г. Севастополь	2 384
Еврейская автономная область	992
Забайкальский край	4 182
Ивановская область	3 447
Иркутская область	7 367
Калининградская область	3 686
Калужская область	2 768
Камчатский край	1 778
Кемеровская область	9 190
Кировская область	5 315
Костромская область	4 018
Краснодарский край	26 040
Красноярский край	11 885
Курганская область	3 330
Курская область	3 679
Ленинградская область	3 744

Липецкая область	3 759
Магаданская область	644
Московская область	15 970
Мурманская область	3 687
Ненецкий АО	287
Нижегородская область	15 898
Новгородская область	4 040
Новосибирская область	21 862
Омская область	9 843
Оренбургская область	8 349
Орловская область	2 558
Пензенская область	4 231
Пермский край	16 521
Приморский край	9 129
Псковская область	4 820
Республика Адыгея	1 775
Республика Алтай	646
Республика Башкортостан	19 207
Республика Бурятия	2 408
Республика Дагестан	11 652
Республика Ингушетия	2 980
Республика Кабардино-Балкарская	2 482
Республика Калмыкия	1 488
Республика Карачаево-Черкесская	921
Республика Карелия	1 628
Республика Коми	2 975
Республика Крым	5 808
Республика Марий Эл	2 763

Республика Мордовия	1 847
Республика Саха (Якутия)	2 056
Республика Северная Осетия-Алания	1 902
Республика Татарстан	18 892
Республика Тыва	785
Республика Удмуртская	6 938
Республика Хакасия	1 912
Ростовская область	19 675
Рязанская область	3 116
Самарская область	13 990
Саратовская область	7 931
Сахалинская область	1 756
Свердловская область	20 595
Смоленская область	3 406
Ставропольский край	11 319
Тамбовская область	3 611
Тверская область	5 094
Томская область	3 468
Тульская область	5 740
Тюменская область	7 080
Ульяновская область	4 607
Хабаровский край	6 369
Ханты-Мансийский АО	4 043
Челябинская область	17 949
Чувашская Республика	4 247
Чукотский АО	291
Ямало-Ненецкий АО	1 777
Ярославская область	5 236

Материальное положение



Самооценка материального положения	N	%
Едва сводят концы с концами, денег не хватает даже на продукты	77 007	11
На продукты хватает, но покупка одежды затруднительна	112 008	16
Хватает на продукты и одежду, но техника/мебель – проблема	217 017	31
Могут купить крупную технику, но не автомобиль	161 012	23
Хватает на все, кроме недвижимости	98 008	14
Могут позволить себе практически все	35 004	5

Доход на человека в семье/мес	N	%
До 10 000 руб.	63 008	9
10 001–20 000 руб.	63 003	9
20 001–30 000 руб.	84 001	12
30 001–40 000 руб.	84 012	12
40 001–50 000 руб.	70 005	10
50 001–60 000 руб.	49 004	7
60 001–70 000 руб.	42 003	6
70 001–80 000 руб.	35 004	5
80 001–90 000 руб.	21 005	3
90 001–100 000 руб.	27 999	4
100 001–120 000 руб.	28 003	4
120 001–150 000 руб.	21 000	3
150 001–200 000 руб.	13 988	2
200 001–250 000 руб.	14 016	2
Более 250 000 руб.	35 001	5
Предпочитают не отвечать	49 004	7

Жилье и недвижимость



Владение недвижимостью (кому принадлежит жилье)	N	%
Принадлежит респонденту/семье	345 688	49
Друзьям или знакомым	71 099	10
Государству (на некоммерческих условиях)	49 530	7
Другому частному лицу или организации (арендуют)	155 343	22
Другое	32	0
Предпочитают не отвечать	78 364	11

Тип жилья, в котором проживают в настоящее время	N	%
Отдельная квартира	368 410	53
Комната в коммунальной квартире	65 641	9
Индивидуальный дом	104 997	15
Коттедж в поселке	42 003	6
Таунхаус	14 002	2
Другое	49 001	7
Предпочитают не отвечать	56 002	8

Владение загородной недвижимостью	N	%
Да	266 021	38
Нет	399 032	57
Предпочитают не отвечать	35 003	5

Намерение улучшить жилищные условия	N	%
Собираются купить жилье	112 008	16
Собираются построить жилье	63 006	9
Собираются сделать ремонт	182 015	26
Не планируют ничего	238 020	34
Предпочитают не отвечать	105 007	15

Параметры таргетинга опросов



Семья и домохозяйство

- Семейное положение
- Размер домохозяйства (кол-во человек)
- Наличие в домохозяйстве несовершеннолетних детей
- Является ли респондент основным кормильцем в домохозяйстве
- Наличие дома бытовой техники
- Кто в домохозяйстве чаще осуществляет покупку продуктов питания
- Места покупки продуктов питания
- Наличие домашних животных

Образование и работа

- Уровень образования
- Основное занятие
- Форма занятости
- Формат работы
- Род деятельности
- Численность сотрудников у организации-работодателя
- Отрасль занятости
- Должностные обязанности
- Участие в принятии сотрудником решений

Финансовые услуги

- Владельцы банковских карт
- Наличие банковского вклада или накопительного счета
- Наличие кредитов (включая пользование за последний год)
- Клиенты банков
- Пользование страховыми услугами
- Опыт пользования инвестиционными услугами (за последний год)
- Опыт пользования услугами денежных переводов (за последний год)

Параметры таргетинга опросов



Транспорт

Пользование различными видами транспорта (за последние полгода)

Наличие в семье автомобиля

Класс автомобиля

Наличие водительского удостоверения

Частота управления автомобилем

Владение различными видами транспортных средств

Цифровые технологии

Наличие цифровых устройств

Абоненты мобильных операторов

Владельцы смартфонов (по видам марок)

Виды цифрового (медиа) потребления

Пользователи социальных сетей

Пользователи мессенджеров

Частота совершения интернет-покупок

Пользователи цифровых сервисов и мобильных приложений

Свободное время

Хобби и интересы

Занятия спортом

Практикуемые виды спорта

Интерес к спортивным трансляциям

Потребление напитков

Питание вне дома

Туризм за последние три года

Здоровье

Курение табака и электронных сигарет

Посещение врачей за последний год

Наличие инвалидности

Наличие аллергии

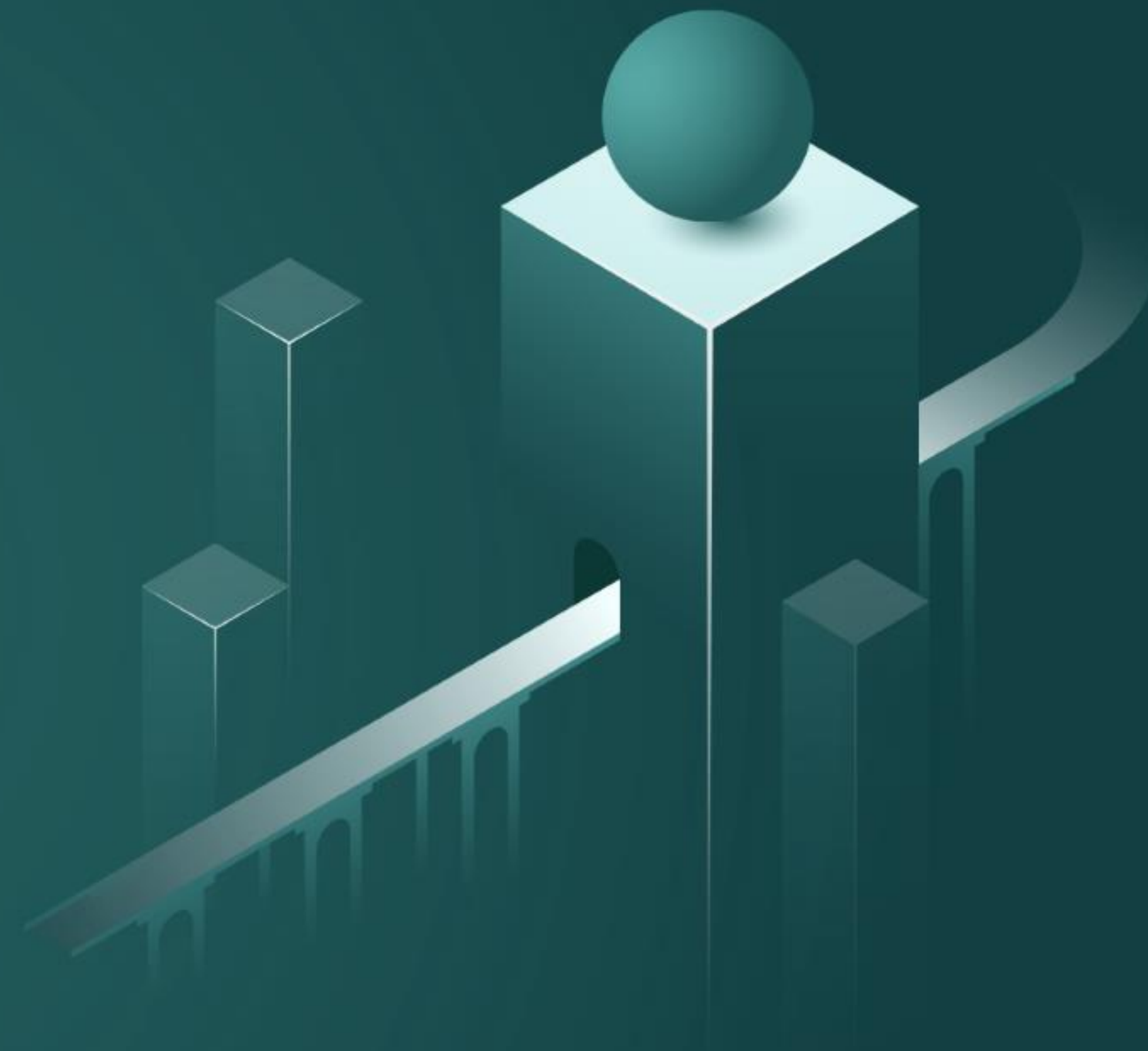
И ДРУГИЕ ПАРАМЕТРЫ...

Обратитесь за подробностями к нашему менеджеру!

B2B

Панель предпринимателей и опросы бизнеса

B2B-исследования – это процесс сбора и анализа данных о компаниях, лицах, принимающих решения, и отраслевых тенденциях для разработки стратегий, продуктов и коммуникационных кампаний. В отличие от потребительских исследований, которые фокусируются на отдельных покупателях, B2B-исследования позволяют компаниям понимать другие компании, их потребности, проблемы и покупательское поведение.



Опросы предпринимателей и ЛПР по ключевым направлениям бизнеса



Профессионально проводим исследования среди представителей малого и среднего бизнеса по всей России. Темы исследований охватывают как частные вопросы наших Заказчиков к своим текущим и потенциальным клиентам, так и касаются общих для бизнеса проблем – ведения предпринимательской деятельности, состояния делового климата.

Почему предприниматели участвуют в наших опросах?

- денежные вознаграждения
- приоритетный доступ к новым идеям и их тестам в опросах
- бизнес-подписки и уникальные предложения наших партнеров
- доступ к аналитическим данным по отрасли
- интерес и совместные инициативные проекты
- участие в благотворительности

Хотите попробовать? [Зарегистрируйтесь в качестве респондента](#)

В нашей онлайн-панели

Представители бизнеса	N
Юридические лица (собственники, первые лица)	1 220
ИП	4 405
Самозанятые	5 210
Руководители направлений и отделов (Sales, IT, HR и пр.)	9 479

Ваш проект будет вести Руководитель проекта, специализирующийся на B2B-исследованиях. Поможем правильно задать вопросы, корректно построить выборку и обработать полученные ответы.

Опросы предпринимателей и ЛПР по ключевым направлениям бизнеса



На базе нашей панели мы создали сообщество активных предпринимателей, чьи профили охватывают десятки характеристик, включая должность, навыки, организационную структуру, опыт и многое другое.

Профиль и параметры таргета анкет

- Вид деятельности (отрасль)
- География
- Должность
- Подразделения и отделы
- Число сотрудников
- Выручка компании
- Уровень должности
- Сфера ответственности
- Степень влияния в принятии решений

Отрасли

Автомобильный бизнес	198	Оптовая торговля	406
Благотворительность, общественная деятельность	214	СМИ, PR	212
Гостиницы, рестораны, общепит, кейтеринг	610	Маркетинг, реклама, BTL	198
Добывающая отрасль	200	Религиозная, миссионерская деятельность	201
ЖКХ	154	Сельское хозяйство, лесное хозяйство, охота, рыболовство	609
Информационные технологии, системная интеграция, интернет	812	Строительство, недвижимость, эксплуатация, проектирование, ремонт	1 829
Искусство, культура, кино и театр	221	Телекоммуникации, связь	208
Консалтинг, консультационные услуги по вопросам управления и руководства	403	Товары народного потребления (непищевые)	605
Лесная промышленность, деревообработка	190	Тяжелое машиностроение	200
Медицина, фармацевтика, аптеки	196	Управление многопрофильными активами	199
Металлургия, металлообработка	201	Услуги для бизнеса	608
Нефть и газ	210	Услуги для населения	3 048
Образовательные учреждения	402	Финансовый сектор (банк, страхование, инвестиции)	607
Перевозки, логистика, склад, ВЭД	1 022	Химическое производство, удобрения	204
Производство продуктов питания	1 242	Юриспруденция, юридические услуги	408
Промышленное оборудование, техника, станки и комплектующие	201	Электроника, приборостроение, бытовая техника, компьютеры и оргтехника	199
Розничная торговля	3 492	Энергетика	196
		Другая сфера деятельности	409

Опросы предпринимателей и ЛПР по ключевым направлениям бизнеса



Численность сотрудников компаний	N
1–10 человек	13 432
11–50 человек	2 269
51–100 человек	1 865
101–250 человек	735
251–500 человек	443
501–1000 человек	250
1001–5000 человек	28
5000 человек и более	22
Не указано	1 270

Тип предприятия	N
Коммерческие компании	17 178
Государственные учреждения (с государственным участием)	1 865
Не указано	1 272

Оборот (выручка), руб.	N
до 20 млн.	14 802
20 млн. – 120 млн.	2 239
120 млн. – 500 млн.	1 427
Более 500 млн.	618
Не указано	1 228

География (по месту работы)	N
Центральный ФО	7 534
Северо-Западный	2 074
Южный	3 287
Северо-Кавказский	884
Приволжский	3 673
Уральский	1 355
Сибирский	861
Дальневосточный	646

Опросы предпринимателей и ЛПР по ключевым направлениям бизнеса



Сфера принимаемых решений	N
Закупка компьютеров, IT-оборудования	3 071
Закупка программного обеспечения	2 858
Закупка канцелярии и расходных материалов	7 626
Услуги связи (выбор оператора телефонии, интернет-провайдера)	1 459
Решения о найме/увольнении персонала	8 973
Проведение обучения персонала, тренингов	5 710
Финансовые решения (выбор банка, оплата налогов и пр.)	4 075
Заказ услуг рекламы, дизайна	3 685
Организация производства, ключевых бизнес-процессов	12 830

ДОЛЖНОСТИ

- Владелец бизнеса
- Генеральный директор
- Заместитель гендиректора
- Финансовый директор
- Главный бухгалтер
- Исполнительный директор
- Операционный директор
- Директор по продажам
- Директор по закупкам
- HR-директор
- IT-директор
- Главный инженер
- Директор по маркетингу
- Директор по рекламе
- Руководитель отдела

Подробнее о возможностях онлайн-панели Тет-о-ответ читайте [на сайте](#) Аналитического центра НАФИ

НАФИ – аналитический центр широкого профиля, предоставляющий полный спектр исследовательских услуг: изучение общественного мнения, маркетинговые исследования, рыночный анализ и бизнес-консалтинг. Компания основана в 2006 году. География исследований включает в себя российский рынок, страны СНГ и Восточной Европы. [Подробнее >](#)



Планируете исследование?

Направьте нам [запрос](#)
или заполните [короткий бриф](#)



+7 (495) 152-08-87

info@nafi.ru

<https://nafi.ru>

123056, Россия, г. Москва
ул. 1-я Брестская, 29