

Чем больше вы
узнаете, тем
больше вы
понимаете, как
мало вы знаете

Сократ

Внутренние барьеры развития бизнеса: Маркетинг

БЛОК 7. МАРКЕТИНГ

38. Какие процедуры/инструменты Вы применяете и планируете внедрить для управления маркетинговой политикой предприятия?

	Применяем		Планируем внедрить	
	Количество	%	Количество	%
Маркетинговые и социологические исследования, используя внутренние ресурсы предприятия	157	39.2	13	3.2
Маркетинговые и социологические исследования, привлекая сторонние специализированные организации	42	10.5	19	4.7
Использование услуг консалтинговых фирм	26	6.5	8	2.0
Повышение квалификации маркетологов при помощи внутренних образовательных ресурсов	94	23.4	10	2.5
Повышение квалификации маркетологов при помощи внешних образовательных ресурсов	76	19.0	22	5.5
Покупка готовых аналитических материалов	83	20.7	9	2.2
Использование услуг маркетолога, работающего на предприятии	132	32.9	1	0.2
Анализ статистической информации	213	53.1	4	1.0
Анализ информации из СМИ и Интернета	223	58.1	7	1.7
Никаких	120	29.9	346	86.3

- Источник: Опрос проведен группой компаний SATIO для Исследовательского центра ИПМ в апреле 2015 г. Было опрошено 401 малое и среднее предприятие частной формы собственности.

Регулярные ежемесячные подписчики gemiusAudience в 2015



Медиаисследования являются вариантом маркетинговых социологических исследований. По периодичности они делятся на разовые, волновые (регулярные, периодичность — обычно не чаще раза в квартал) и непрерывные. По способу получения данных медиаисследования бывают опросные и аппаратные.

Источник: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Медиаисследование>



Веб-сайты



Мобильные приложения



Видео потоки



Поведение интернет-аудитории в сети



Интернет
популяция и
пенетрация



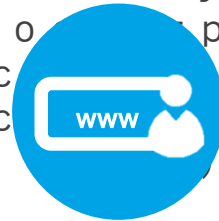
Рейтинги веб-
сайтов/
приложений/в
идео (по
охвату,
програм
с
пос



Взаимодейств
ие (время,
просмотры
страниц за
один визит и
на
пос



Пересечение
между веб-
сайтами/прило
жениями/видео



Индекс
соответствия



Аудитория,
просмотры
страниц,
состав
времени





Пол



Возраст



Образование



Доход



Тип
занятости

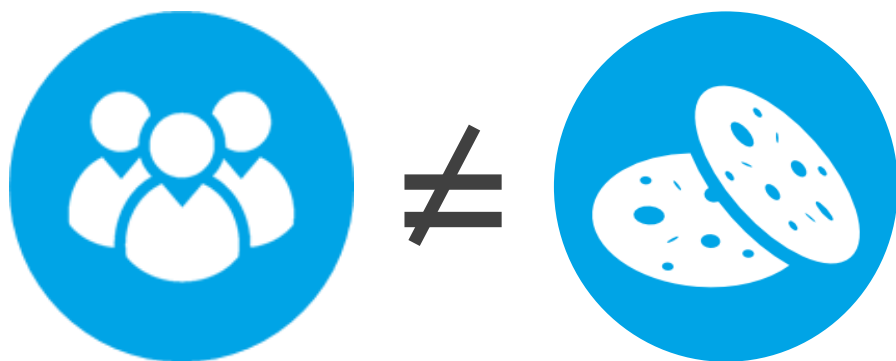


Тип
места
жительства

...и многое
другое!

Анали
з
сложн
ых
целев
ых
групп!





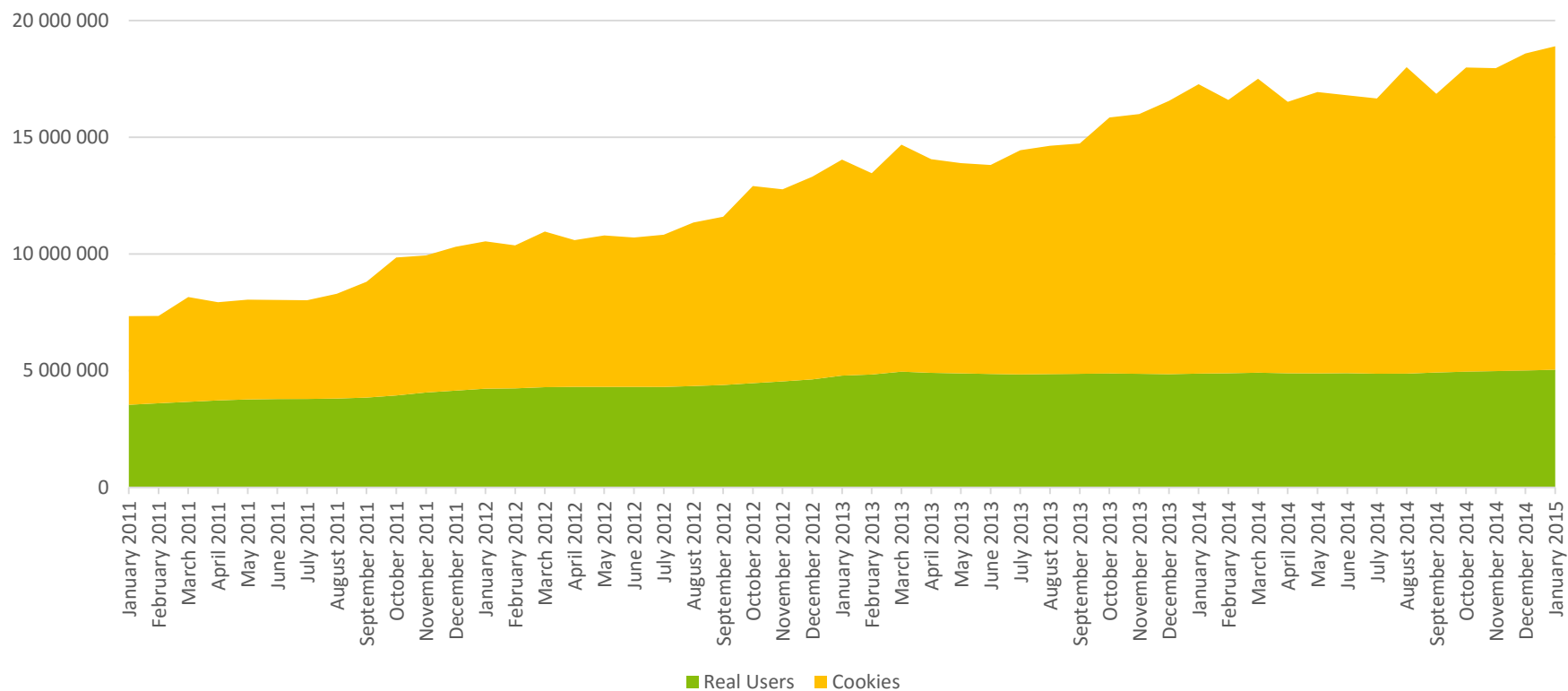
Оцениваем
количество
реальных людей
(Real Users),
потребляющих
онлайн контент, а
не к-во cookies!

Cookies не отражают
реальное
количество
интернет-
пользователей
по причинам:

- использования
разных
браузеров
- общего
пользования



Уникальные пользователи (браузеры) Cookies - это не люди



- Источник: Михаил Дорошевич, медиаисследование gemiusAudience, 01/2011-01/2015, возраст 15-74

..... с разделением на разные типы устройств



ПК



Смарт
фоны



Планш
еты




Smart TV



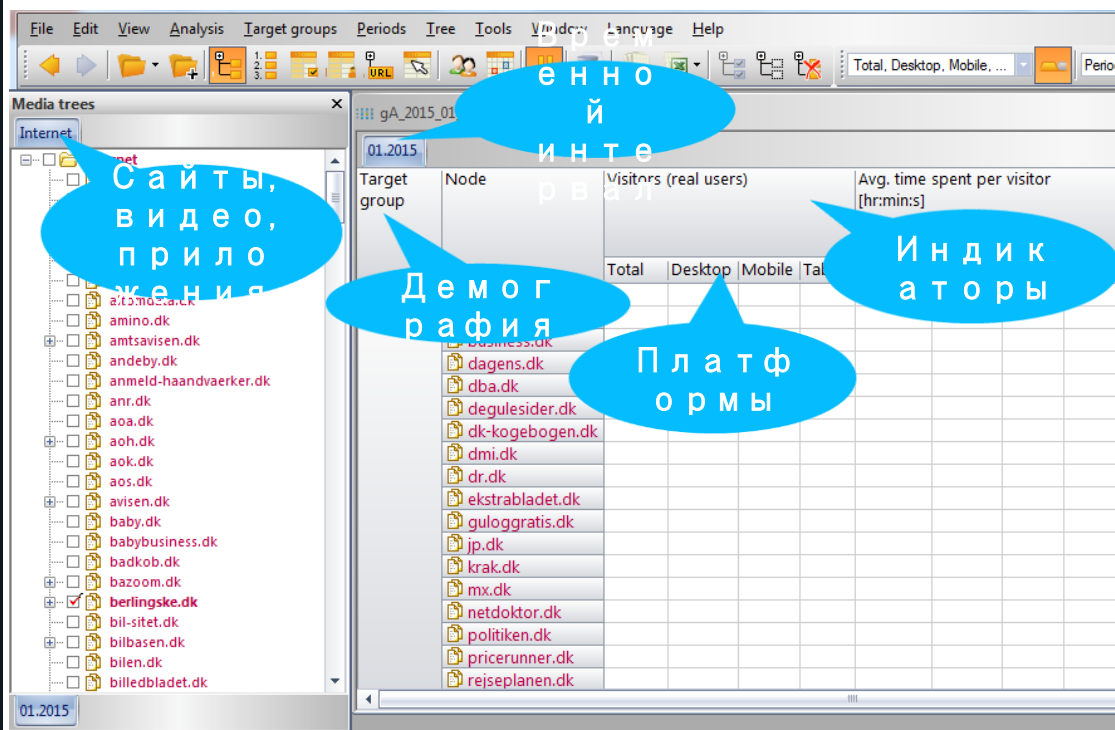
Другие
устройства





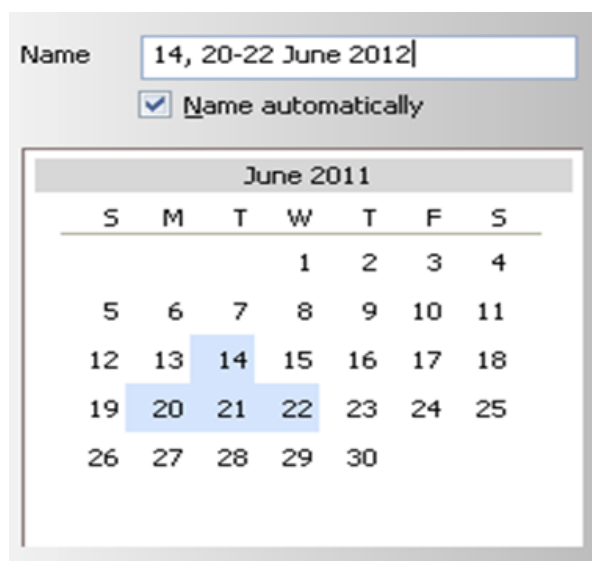
Как
анализировать
наши данные?





Простое в
использовани
и мощное
аналитическ
ое
приложение
для
планировани
я и
оптимизации
онлайн
рекламных
кампаний.

Обеспечивает
комплексный



Д а н н ы е п о д н я м

Д а н н ы е п о
н е д е л я м

Д а н н ы е з а м е с я ц

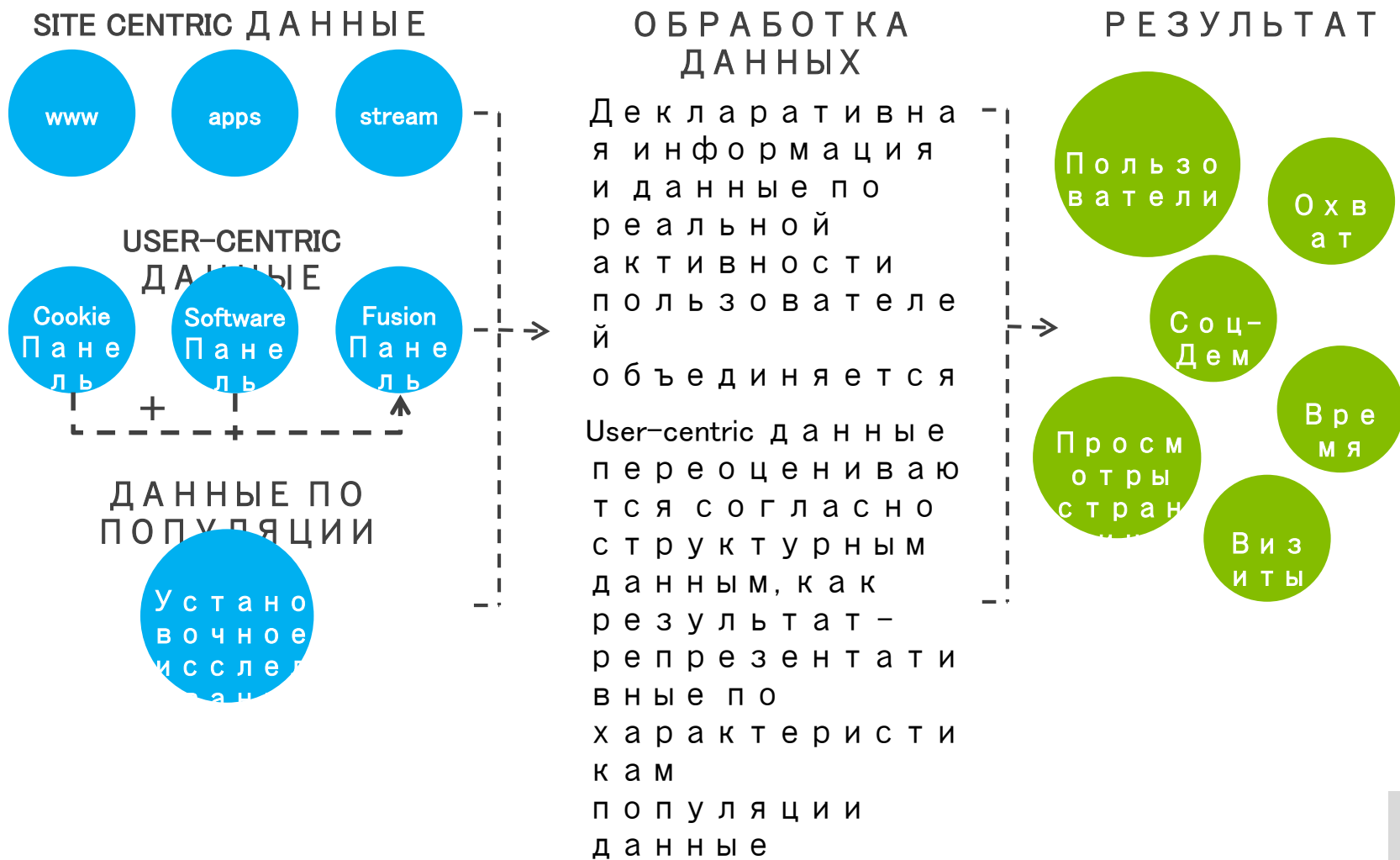
И л ю б ы е д р у г и е
в р е м е н н ы е
и н т е р в а л ы в
р а м к а х о д н о г о
м е с я ц а , н а п р и м е р ,
в с е в т о р н и к и , д н и
м е с я ц а с 1 п о 3 и с 28
п о 31 и т . д .





Как мы
измеряем?







Non-Cookie Traffic



Фрагментация
устройств



Необходимость Real-
Time измерения



Вызов -
увеличение non-
cookie трафика





Подход Gemius
 объединяет в себя
 идентификацию
 сторонних cookie с
 дополнительными
 данными по
 браузерам и
 формирует так
 называемый BrowserID
 код, который лучше
 идентифицирует
 нераспознаваемые
 ранее cookies.

Решение BrowserID
 очень важно для
 правильного
 распознавания
 браузеров,
 особенно по тем

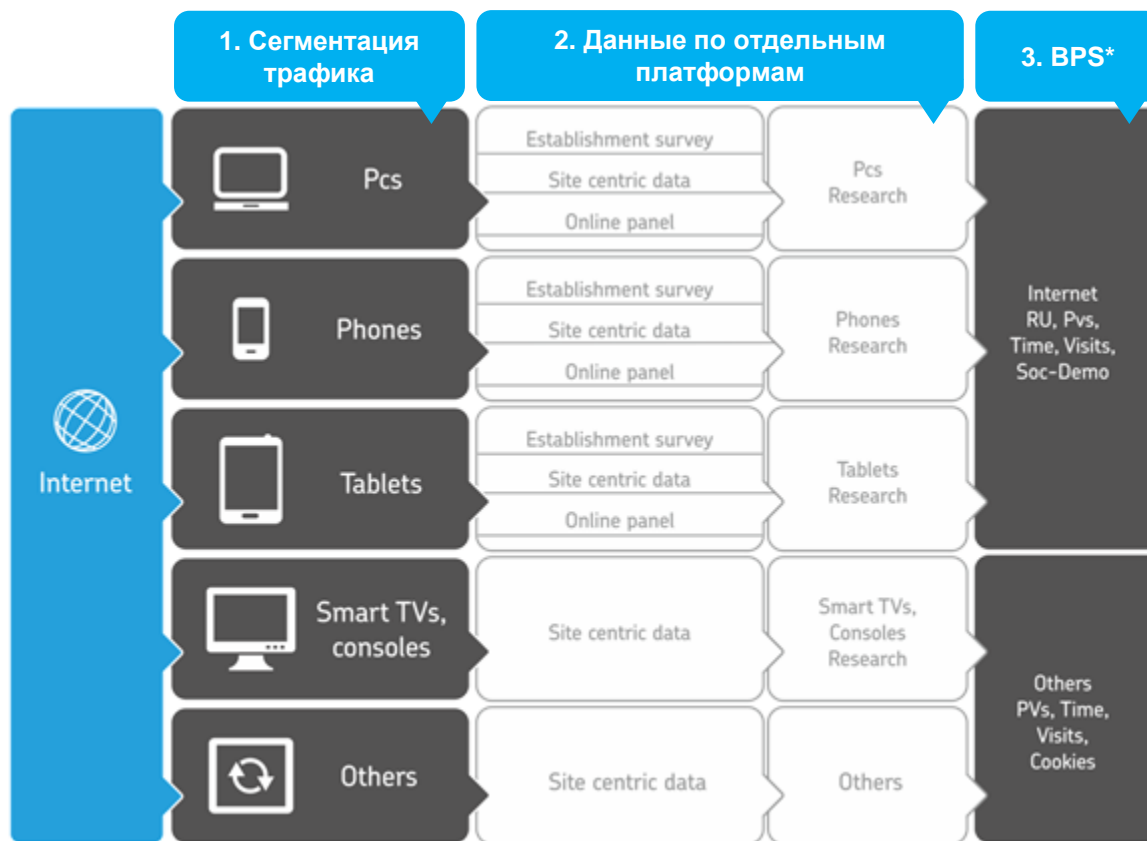




GENIUS

Фрагментация устройств

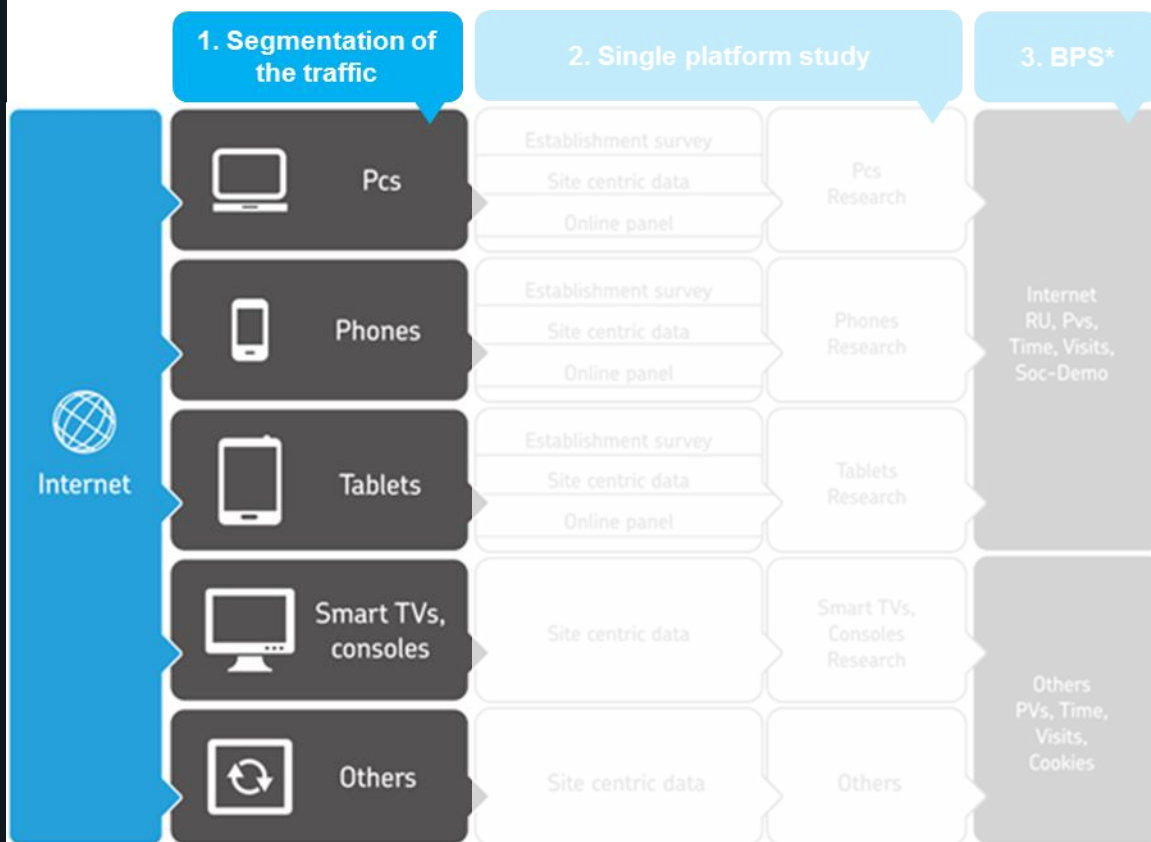




*BPS= Behavioural Panels Synthesis



1. Сегментация трафика



Весь трафик разделен по устройствам

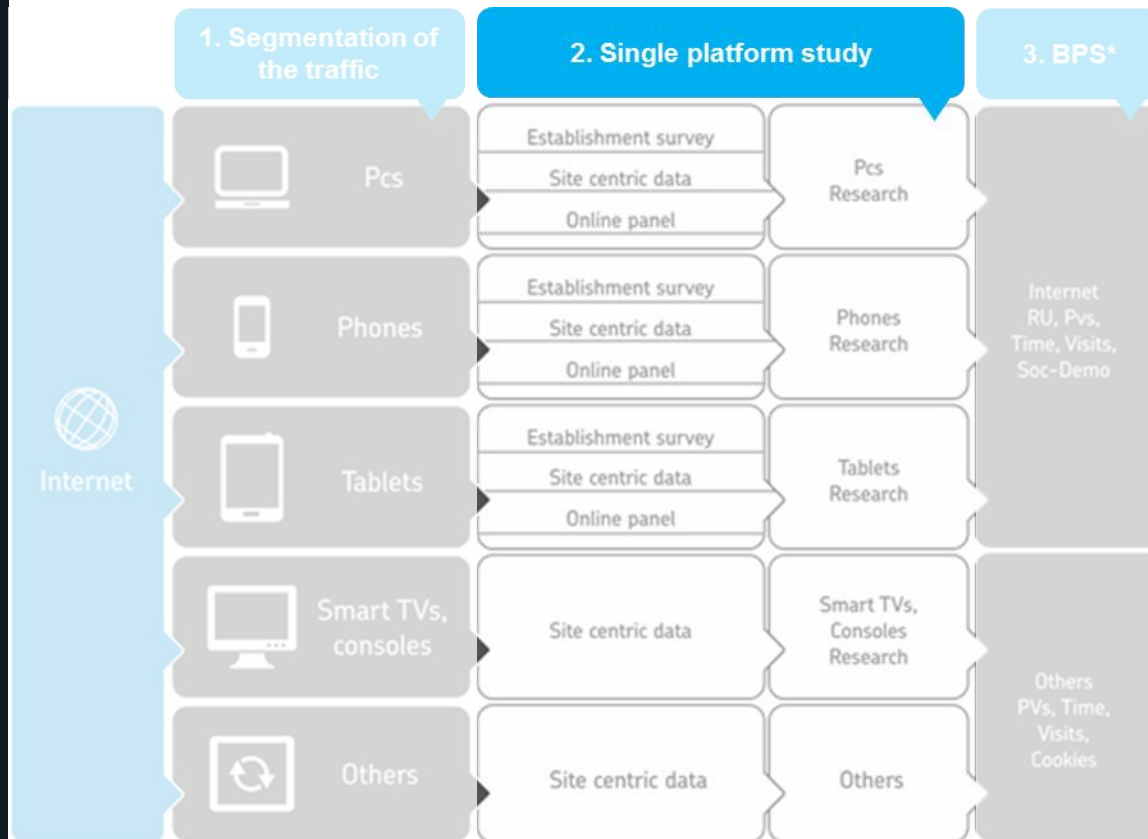
Результат: Статистические данные из веб-аналитических

инструментов (Traffic/Prism)

*BPS= Behavioural Panels Synthesis



2. Single Platform Study



Украина

ПК аудитория – 18, млн

Моб аудитория – 5,6 млн

Планшетная аудитория – 1,9 млн.

Cookie-панель 42000

Software-панель 6000

Рекрутирована

Mobile-панель 3000

Мобильные соц-

Данные доступны

Real Users

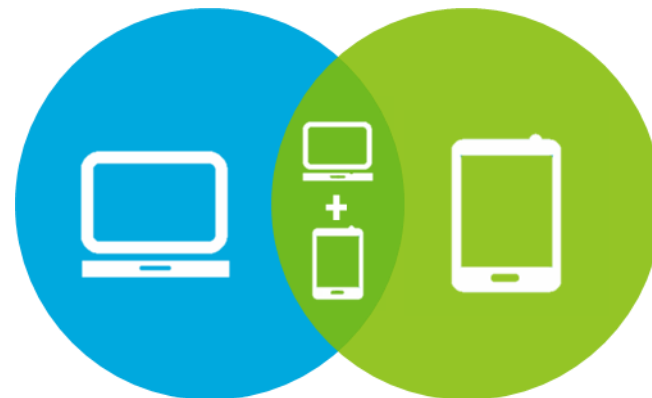
доступны



Охват одной платформой, Real Users и социально-демографические данные для отдельно для каждой платформы
НЕ Т TOTAL REACH

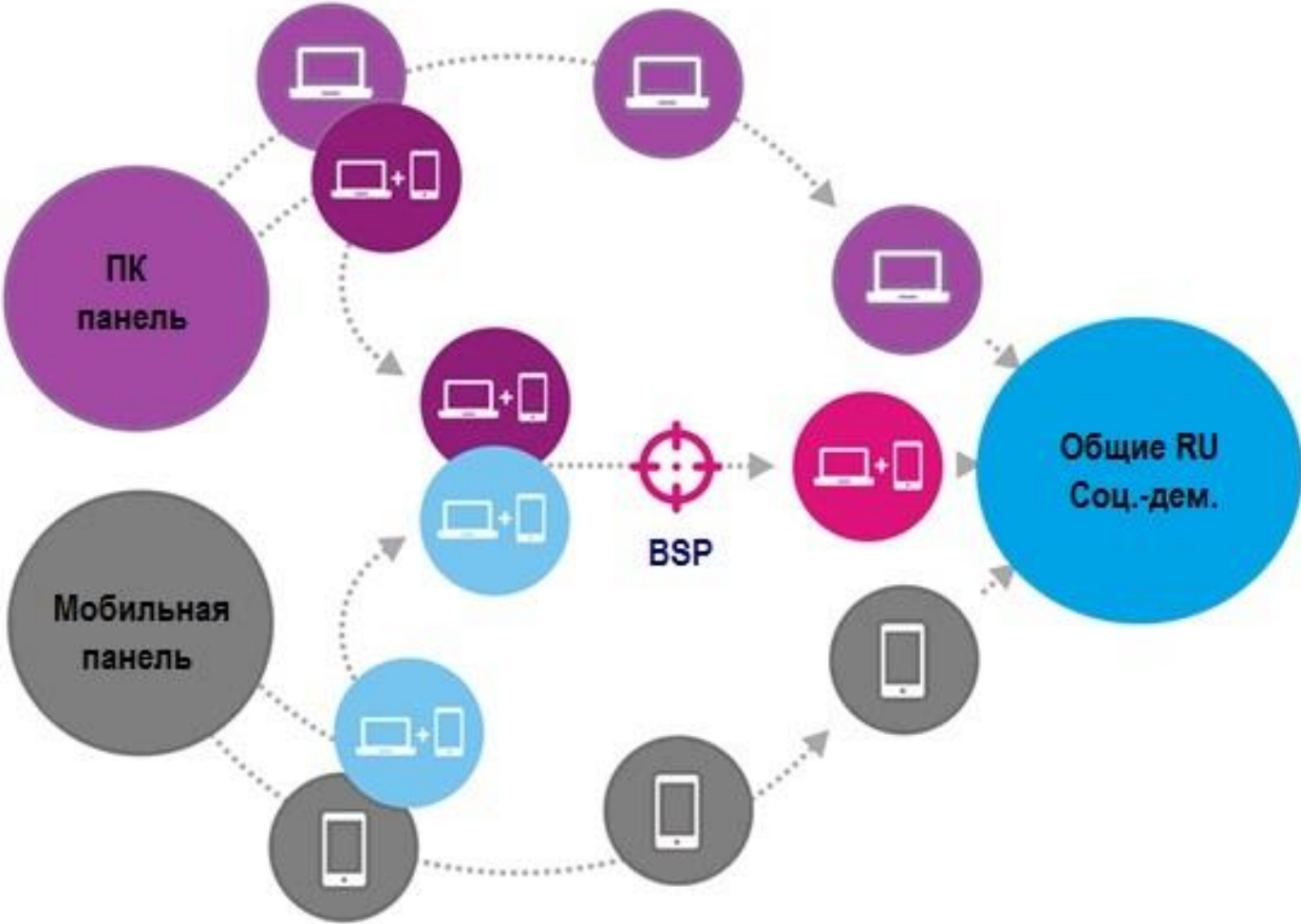


ПЕРЕСЕЧЕНИЕ ПЛАТФОРМ



TOTAL REACH, Real Users и социально-демографические данные для всего интернета
*BPS™ = Behavioural Panels Synthesis™

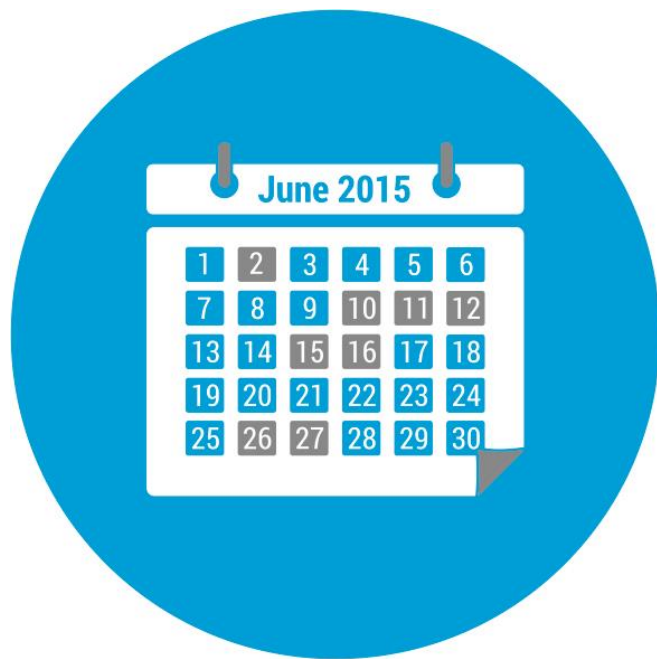




10.2015		Посетители (real users)				Просмотры страниц				Ср. время на посетителя [ч:мин:сек]				Охват-Интернет			
Целевая группа	Узел	PC	Mobile	Tablet	Total	PC	Mobile	Tablet	Total	PC	Mobile	Tablet	Total	PC	Mobile	Tablet	Total
Вся аудитория	google.com	14 717 881	-	-	-	2 735 522 840	-	-	-	8:16:47	-	-	-	80,34%	-	-	-
	vk.com	12 877 044	-	-	-	1 862 421 077	-	-	-	6:54:44	-	-	-	70,29%	-	-	-
	mail.ru	11 895 493	546 420	581 026	12 259 922	1 071 051 266	11 751 109	14 070 731	1 096 913 600	2:10:26	0:22:22	0:22:15	2:08:36	64,93%	10,64%	32,87%	61,06%
	youtube.com	11 493 362	-	-	-	394 033 768	-	-	-	1:25:01	-	-	-	62,74%	-	-	-
	yandex.ua	11 463 374	580 169	455 354	11 787 269	946 499 888	16 609 174	9 547 583	972 660 795	2:56:15	0:37:44	0:35:15	2:54:39	62,57%	11,30%	25,76%	58,71%
	facebook.com	8 364 965	-	-	-	369 966 169	-	-	-	1:47:39	-	-	-	45,66%	-	-	-
	olx.ua	7 524 189	1 591 569	600 900	8 519 533	815 803 842	44 140 281	10 718 940	870 663 062	1:40:49	0:49:10	0:26:48	1:40:07	41,07%	30,99%	34,00%	42,43%
	wikipedia.org	6 730 083	-	-	-	91 625 817	-	-	-	0:20:49	-	-	-	36,74%	-	-	-
	ok.ru	6 728 356	55 151	-	6 757 049	1 984 401 875	2 283 410	-	1 988 274 718	8:40:24	0:43:44	-	8:38:49	36,73%	1,07%	-	33,66%
	rozetka.com.ua	6 419 543	-	-	-	121 991 645	-	-	-	0:19:16	-	-	-	35,04%	-	-	-
	privatbank.ua	5 989 333	-	-	-	144 257 228	-	-	-	0:41:02	-	-	-	32,69%	-	-	-
	ucoz.ru	5 544 675	-	-	-	83 660 386	-	-	-	0:29:52	-	-	-	30,27%	-	-	-
	prom.ua	5 374 249	913 848	455 599	6 171 241	136 180 935	23 456 912	5 963 204	165 601 051	0:28:27	0:22:54	0:15:50	0:29:21	29,34%	17,79%	25,78%	30,74%
	aliexpress.com	4 450 196	-	-	-	274 385 297	-	-	-	0:59:38	-	-	-	24,29%	-	-	-
	sinoptik.ua	4 413 111	-	-	-	59 521 144	-	-	-	0:08:04	-	-	-	24,09%	-	-	-
	mozilla.org	4 400 606	-	-	-	123 278 498	-	-	-	0:49:19	-	-	-	24,02%	-	-	-
	megogo.net	4 367 791	224 943	157 480	4 596 294	33 325 619	1 389 600	560 202	35 275 421	0:10:18	0:05:53	0:03:16	0:10:11	23,84%	4,38%	8,91%	22,89%
kinogo.net	4 160 470	-	-	-	127 356 732	-	-	-	0:32:57	-	-	-	22,71%	-	-	-	
ukr.net	3 804 432	-	-	-	222 758 190	-	-	-	2:22:15	-	-	-	20,77%	-	-	-	
parimatch.com	3 687 237	-	-	-	120 595 389	-	-	-	0:49:43	-	-	-	20,13%	-	-	-	

С л е д у ю щ и й , н о н е
п о с л е д н и й в ы з о в -
н е о б х о д и м о с т ь real-time
measurement





Ежедневные gemiusExplorer файлы

Возможность считать
агрегированный охват
для
выбранных
дней.

Доступ к **raw**
data, для





Media trees

Internet

- Internet
- sahibinden.com
- mynet.com
- hurriyet.com.tr
- sozcu.com.tr
- haberturk.com
- sabah.com.tr
- haber7.com
- gazetevatan.com
- dailymotion.com.tr
- fanatik.com.tr
- kanald.com.tr
- memurlar.net
- mackolik.com
- cumhuriyet.com.tr
- atv.com.tr
- internethaber.com
- posta.com.tr
- ntvspor.net
- fotomac.com.tr
- zaman.com.tr
- aksam.com.tr
- ligtv.com.tr
- takvim.com.tr
- arabam.com
- ahaber.com.tr
- uzmantv.com
- bloomberght.com
- gazeteoku.com

2015-11-03-day-Turkey-Overnight_RnD.gem

Population

Period	Node	pc		
		Visitors (real use...)	Page views	Visits
03.11.2015	sahibinden.com	1.572.225	81.301.688	2.105.490
	mynet.com	1.551.286	22.411.262	2.202.802
	hurriyet.com.tr			
	sozcu.com.tr			
	haberturk.com			
	sabah.com.tr			
	haber7.com			
	gazetevatan.com			
	dailymotion.com.tr			
	fanatik.com.tr			
	kanald.com.tr			
	memurlar.net			
	mackolik.com			
	cumhuriyet.com.tr			
	atv.com.tr			
	internethaber.com			
posta.com.tr				
ntvspor.net				
fotomac.com.tr				
zaman.com.tr				
aksam.com.tr				
ligtv.com.tr				
takvim.com.tr				
arabam.com				
ahaber.com.tr				
uzmantv.com				
bloomberght.com				
gazeteoku.com				
Selected nodes		6.454.795	229.646.116	-

Select days


November 2015

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

OK Cancel



**SEE PEOPLE AS AUDIENCES
NOT CONSUMERS**

Portalas/ Video turinys	Realių vartotojų skaičius (PC)	Peržiūrų skaičius (PC)	Vidutinis laikas vienam žiūrovui per mėnesį (PC)
DELFI	300 695	2 244 161	00:34:09
Aktualijos	189 270	622 666	00:04:12
Sporto TV	61 646	495 036	01:07:58
Mokslas ir gamta	40 386	89 304	00:03:58
Kita	39 415	527 103	01:03:11
Sportas	38 880	82 185	00:07:37
 playo	221 047	2 413 231	03:17:18
X Faktorius	49 115	175 693	02:02:18
Moterys meluoja geriau	42 602	46 166	02:33:26
LKL	21 790	75 205	01:21:45
Farai	20 328	78 190	01:19:14
Tobula kopija	20 283	197 671	02:21:53
Lnkgo	174 269	1 416 764	01:30:43
Naujienos	76 028	366 452	00:08:13
Visi vyrai - kiaulės...	15 466	213 823	03:09:14
Nuo... Iki...	14 287	56 794	00:55:39
Yra, kaip yra	13 578	90 997	02:19:39
Valanda su Rūta	12 924	49 120	01:32:19

5 pav. Daugiausiai žiūrovų kiekviename portale spalį pritraukusios laidos arba rubrikos ir jų peržiūrų skaičius bei vidutinis laikas vienam žiūrovui (PC).

Šaltinis: „Gemius“, „gemiusStreamAudience“, 2015-10.

 G E M I U S
AUDIENCE

