



# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## gemiusAudience

ФИЛОСОФИЯ  
ИССЛЕДОВАНИЯ

GEMIUS Ltd.

Россия

2006



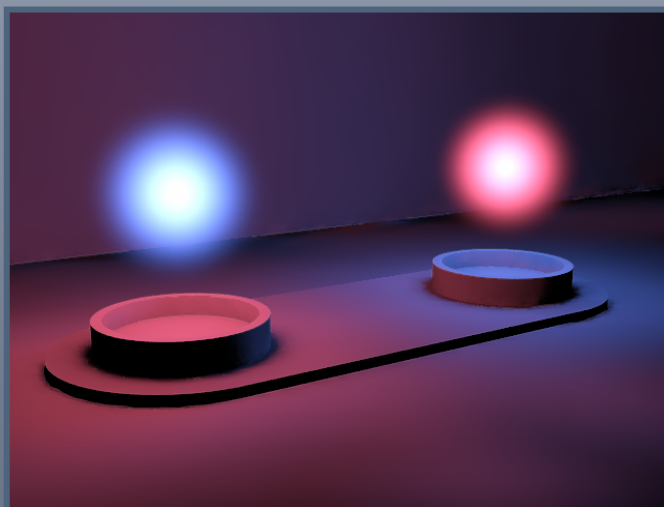
**Любое исследование – это компромисс. Это необходимость удовлетворения комплексных практических нужд клиентов и вместе с тем применения безупречных методологических подходов. Особенно это актуально для одной из самых «измеряемых», но «трудноизмеримых» в мире областей – масс медиа.**



**Gemius занимается измерениями онлайн-аудитории уже на протяжении 6 лет – накопив огромный опыт, технологическую базу и глубокое понимание всех трудностей, связанных с такими исследованиями.**

**Некоторые из них чисто практического свойства, некоторые связаны с конкретной методологией. Все они важны, и хороший исследователь разрешит их все.**

### Масштаб исследования и объем покрытия



На телевидении всего существует 30, 40, 50 каналов. Онлайн, пользователи заходят на тысячи

**Аудиторное исследование должно покрывать наибольшее число существующих площадок, иначе в нем не будет ценности как в инструменте медиапланирования.**

пользователей, становится самым важным условием для всех: медиа-планера, издателя и рекламодателя.

Как известно, трудность состоит в том, что чем меньше аудитория медиа – тем сложнее ее измерять. А Интернет пока не масс-медиа.





# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## Практические трудности

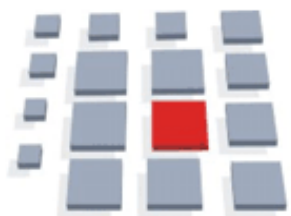
### Объем покрытия аудитории

Люди больше не используют Интернет только дома. Также не используют они его только на работе. Сегодня Интернет проник в дома, офисы, кафе, библиотеки, аэропорты – везде и всюду.



Измерение онлайн аудитории должно покрывать самый широкий спектр вариантов и способов использования Интернета, чтобы предоставлять полную картину поведения пользователей онлайн.





# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## Практические трудности

### Глубина исследования и анализа

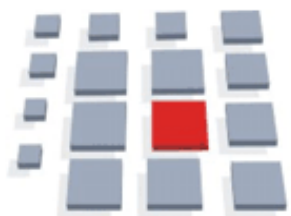


Когда покупается онлайн-реклама, никто не хочет тратить деньги впустую. Планерам необходимы именно те разделы, и именно тех сайтов, которые отвечают их

потребности. Как в случае с аудиторией не будет говорить об использовании «домена» или «сайта» - в конечном итоге популярности.

**Качественное исследование аудитории не будет говорить об использовании «домена» или «сайта» - в конечном итоге рекламодатели покупают не домен, а место на конкретной**

**странице!** Получение данных по разделам даже крупных ресурсов требует большой выборки, поэтому так необходимо глубокое панельное исследование национального Интернета.



# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## Практические трудности

### Практическая применимость данных

#### Онлайн рекламные кампании

При этом, исследование онлайн аудитории не может применять одинаковый подход на всех рынках. Каждая страна имеет свою специфику структуры и поведения Интернет-пользователей.

оперативных временных  
рамках отчетов, они  
управляют своими  
кампаниями в реальном мире  
и в реальном времени.



### Репрезентативность демографических профилей



Рекламодателям не нужны «пользователи», «куки» и «браузеры». Им нужны «люди» и «покупатели». Им

**Исследование онлайн аудитории должно гарантировать точность и соответствие демографических данных по всем измеряемым сайтам.**

возможностями оффлайн медиа.

Поскольку рекламодатели выкупают на сайтах не «время», а «показы» и «просмотры страниц», то медиа-селлеры и издатели должны предоставлять свои данные именно в таких терминах.

**Точность отслеживания трафика**



**Система учета посещаемости должна быть безупречной**



### Точность измерения охвата

Так как

решение проблемы «стирания cookie» является ключевым аспектом точного определения охвата конкретного сайта.

Термин «cookie» здесь неуместен, и никогда не должен подменять собой «человека».



### Поддержка интереса и мотивации участников

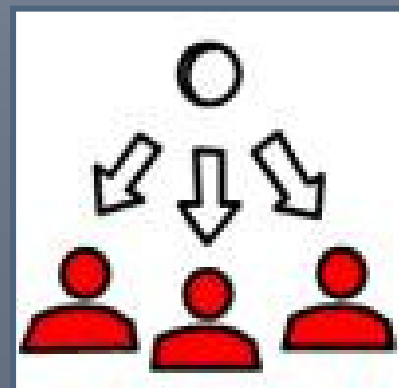


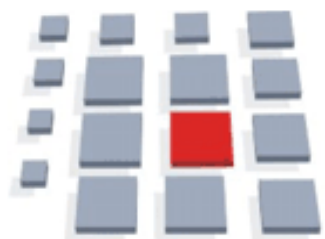
Хороший менеджмент панели – это не просто доверие респондентам, это гарантия того, что они выполняют все необходимые действия, а исследователь может это всегда отследить.

### Правильность наложения демографических показателей на данные статистики посещаемости

Если рекламодателям нужны «люди с конкретной демографией из конкретной целевой группы», то рекламодатели и медиапланировщики должны иметь возможность точно сказать им, какое количество показов и где они могут обеспечить по заданным характеристикам.

Утверждение типа “X показов мужчинам 15-25 лет с охватом в Y%” становится тогда стандартным запросом на рекламную кампанию. Четко и понятно для всех участников процесса.





# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## gemiusAudience -

**Мы знаем обо всех этих трудностях и решаем их.**

**Вы можете оценить результат.**



### Стоимость

Если Вам уже доводилось покупать исследования медиа-аудитории, то Вы знаете, что такие продукты стоят недешево.

НО: Интернет – это все еще не такое «массовое» медиа средство, поэтому ни один рынок не может позволить себе тратить огромные средства на его измерения.



Потребности рынка должны быть встречены инновационным и экономичным решением для бизнеса





# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

## gemiusAudience

**Философия  
gemiusAudience**

**Высочайшее  
качестве  
при самой  
низкой  
возможной  
цене.**

**Гибкость**

**Прозрачность**

**Поддерживая обе методологии - pop-up и software панели, комплексное исследование gemiusAudience обеспечивает участников рынка именно таким инструментом измерения онлайн аудитории сайтов, который ему необходим.**

**Это наилучший на сегодняшний день инструмент медиапланирования, признанный и успешно используемый по всей Центральной и Восточной Европе.**





# Gemius

THINKING BEYOND BORDERS

**gemiusAudience приглашает Вас  
к сотрудничеству**



**Координаты:**

**Марина Соловьева**

**[marina.solovyeva@gemius.com](mailto:marina.solovyeva@gemius.com)**

123056, Москва

Грузинский пер., 3, офис 235

Тел. (495) 254-3034

