



gemiusAdHoc

Gemius SA
ul. Wołoska 7
02-675 Warszawa
tel.: 022 – 874-41-00
www.gemius.pl

Korzyści z badania

Badania ilościowe to **wywiady kwestionariuszowe przeprowadzane na stosunkowo dużych próbach respondentów reprezentatywnych dla populacji celowej**. Polegają one na zbieraniu odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie badawczej od specjalnie dobranej (losowo bądź celowo) grupy osób. Do analizy danych wykorzystuje się metody statystyczne, a wyniki prezentowane są w postaci procentów, tabel oraz wykresów.

Oferujemy Klientom **badania ilościowe prowadzone metodą Computer Assisted Web Interview (CAWI)**, w najwyższym stopniu dopasowane do badania zjawisk dotyczących korzystania z internetu i wspomagające planowanie wszelkich działań prowadzonych za jego pośrednictwem. Rosnąca popularność tego rodzaju badań jest naturalną konsekwencją sytuacji, gdy coraz więcej dziedzin życia przenosi się do internetu, zaś gwałtowny rozwój e-commerce, bankowości elektronicznej czy internetowej obsługi klienta możliwy jest dzięki stale zwiększającej się dostępności tego medium w społeczeństwie.

Badania gemiusAdHoc **pomagają naszym Klientom m.in. w dopasowaniu oferty do oczekiwań użytkowników, we właściwym zaplanowaniu internetowych kampanii reklamowych, czy w dostosowaniu witryn i platform internetowych do interesujących ich grup celowych**.

Wieloletnie doświadczenie firmy Gemius SA w prowadzeniu tego typu badań połączone z dogłębną znajomością internetu pozwala na stosowanie rozwiązań i technologii adekwatnych właśnie do tego medium.

GemiusAdHoc umożliwia także badanie zjawisk niezwiązanych bezpośrednio z internetem wśród ważnych dla biznesu grup celowych.

Przykładami takich zbiorowości mogą być mieszkańcy największych miast w wieku produkcyjnym lub młodzież gdzie penetracja internetu jest wyższa niż odsetek osób posiadających telefony stacjonarne, co pozwala stawiać badania on-line na równi z badaniami realizowanymi metodami tradycyjnymi (CATI).

Warto podkreślić kilka innych istotnych cech badania gemiusAdHoc:

- **Krótki czas realizacji** badania;
- Możliwość **prezentowania** respondentom **materiałów multimedialnych** – np. filmów reklamowych, zdjęć, plików audio itp., a także treści dostępnych na innych stronach internetowych;
- **Brak „efektu ankietera”** (wpływu osoby przeprowadzającej badanie na jego wyniki), oraz większe poczucie anonimowości respondentów pozwalające na badanie drażliwych tematów i uzyskiwanie szczerych odpowiedzi;
- **Wysoka jakość danych** dzięki stosowaniu automatycznej rotacji pytań i odpowiedzi, zaawansowanych filtrów oraz szczegółowej kontroli jakości zarówno na etapie zbierania danych, jak i po jego zakończeniu;
- Możliwość realizacji badań na terenie całego kraju lub **w wybranych miastach i regionach** (geotargetowanie ankiet);
- **Niższe koszty** w porównaniu do badań tradycyjnych (prowadzonych poza internetem);

Tematyka i cel badania

GemiusAdHoc umożliwia zarówno **badanie zjawisk specyficznie związanych z internetem** jak również realizację **wszystkich typowych badań marketingowych**.

Tabela poniżej prezentuje najpopularniejsze typy badań.

	Tematyka	Cele badania
1.	Badania dotyczące marki: <ul style="list-style-type: none"> • świadomość, • wizerunek, • użytkowanie, • lojalność. 	Pozwalają określić kondycję marki i jej pozycję na tle konkurencji, a także różnice w percepcji marki w różnych grupach celowych. Internet pozwala na: <ul style="list-style-type: none"> • cykliczne lub trackingowe prowadzenie badań marki niewielkim kosztem. Tego typu rozwiązania są użyteczne w przypadku pozycjonowania, repozycjonowania marek, badania skuteczności kampanii reklamowych i innych działań promujących markę, • wykorzystanie w badaniach multimediów i graficznych elementów komunikacji marketingowej.
2.	Badania U&A	Pozwalają opisać postawy konsumenckie i zwyczaje zakupowe związane z produktem lub kategorią produktów w różnych grupach celowych.
3.	Badania sposobów wykorzystania internetu	Pozwalają opisać zachowania i oczekiwania internautów w odniesieniu do specyficznych czynności podejmowanych online , jak np. korzystanie z bankowości elektronicznej, e-commerce, wykorzystanie internetu do poszukiwania pracy czy planowania czasu wolnego.

4.	Badania dotyczące strony internetowej: <ul style="list-style-type: none"> • satysfakcja użytkownika, • ocena planowanych i wprowadzonych zmian. 	Służą możliwie najlepsze dopasowaniu witryny do potrzeb osób z niej korzystających , pozyskaniu nowych użytkowników i ograniczeniu migracji do konkurencji.
5.	Szybkie testy (np. kreacji, haseł reklamowych, itp.)	Sprawdzają się, gdy mamy do dyspozycji kilka opcji i potrzebujemy szybkiej informacji o preferencjach naszej grupy celowej . Możliwe jest uzyskanie wyników w ciągu kilku dni.
6.	Badania „skrojone na miarę”	Gemius to zespół doświadczonych badaczy, którzy są w stanie zaprojektować badanie na dowolny temat, zgodny z potrzebami Klienta .

Metdologia

Badania gemiusAdHoc realizowane są w internecie, a więc w naturalnym środowisku internautów. Przeprowadzane są za pomocą ankiet:

- **wyświetlanych na stronach internetowych** i wypełnianych on-line samodzielnie przez internautów lub
- wysyłanych do członków **panelu badawczego „Twój Punkt Widzenia”** lub do innej bazy mailingowej (np. posiadanej przez Klienta).

Sposób wyświetlania ankiet na stronach internetowych ma charakter losowy. Możliwy jest także losowo-kwotowy dobór próby oparty na zdefiniowanych przez Klienta kryteriach (np. płeć, wiek, miejsce zamieszkania). Internauci nie są nagradzani za wypełnienie ankiety.

Panel badawczy „Twój Punkt Widzenia” liczy ponad 56 000 zarejestrowanych ochotników, w wieku co najmniej 15 lat. Budowa panelu pozwala na precyzyjne targetowanie ankiet według takich cech, jak:

- płeć,
- wiek,
- wykształcenie,
- województwo,
- miasto (tylko miasta wojewódzkie),
- wielkość miejscowości,
- sytuacja zawodowa,
- branża,
- stanowisko,
- dochód,
- stan cywilny,
- częstotliwość korzystania z internetu.

Aby zapewnić reprezentatywność wyników, dane zbierane w badaniach ankietowych realizowanych przez Gemius SA są standardowo analizowane z użyciem wagi analitycznej skonstruowanej na podstawie danych pochodzących z badania omnibusowego.

Informacje zbierane za pomocą ankiet badawczych poddawane są szczegółowej kontroli jakości:

- **Kontrola w trakcie zbierania danych.** Wykorzystywane oprogramowanie pozwala na właściwe filtrowanie pytań oraz uniknięcie braków danych i błędów logicznych
- **Kontrola po zebraniu danych.** Odpowiedzi respondentów poddawane są szczegółowej kontroli pod kątem spójności wewnętrznej i wiarygodności respondentów.

Oferta cenowa

Cena badania ustalana jest z Klientem indywidualnie.

Główne elementy, które wpływają na cenę to:

- liczebność próby,
- liczba grup celowych,
- procentowy udział grupy (grup) celowej wśród populacji internautów,
- liczba pytań w kwestionariuszu,
- forma dostarczenia wyników.

Kontakt handlowy: dzial.sprzedazy@gemius.pl

Informacje o firmie

Gemius SA - firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie Środkowo-Wschodniej. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku.

Firma oferuje kompleksowe badania dotyczące m.in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile), czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect).

We współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu, Gemius prowadzi całościowe badanie oglądalności witryn i aplikacji internetowych Megapanel PBI/Gemius.

Wybrani klienci

Organizacje branżowe	Domy mediowe	Ubezpieczenia
Interactive Advertising Bureau (IAB)	MediaCom	Allianz
Konsorcjum Sieci Reklamowych (KSR)	Mediaedge:cia	Commercial Union
Polskie Badania Internetu (PBI)	MindShare	ING
	OMD	PZU
	Starcom Next	
	Universal McCann	
Media	FCMG	Agencje interaktywne
Agora SA	Danone	ADV.pl
Axel Springer	Grupa Żywiec	Artegence
Canal+	Kompania Piwowarska	Hypermedia
Edipresse	Procter & Gamble	K2
G+J Gruner _ Jahr Polska	Unilever	Mobijoy
Interia.pl		OS3
Onet.pl		Opcom
Presspublica		TBWA Group Poland
Rzeczpospolita		180 hb
Wirtualna Polska		
Banki	Motoryzacja	Telekomunikacja
Alior Bank	Fiat	Netia
BPH	MMC Car Poland (Mitsubishi)	Play
BZ WBK	Polska Grupa Dealerów	Polkomtel
Eurobank	Skoda	Polska Telefonía Cyfrowa
mBank	Suzuki	TP SA
PKO BP		
Raiffeisen		
Sieci reklamowe	E - comerce	
Ad.net	Allegro	
Ad-Vice	Agito	
ARBOmedia	Empik	
Cormedia	Nokaut	
IDM net	Skapiec	