

STORIES BOOK 2022

**ПО МОТИВАМ ИССЛЕДОВАНИЙ
В СИНДИКАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ
IPSOS В РОССИИ**

ФЕВРАЛЬ – ДЕКАБРЬ 2022

ЖЕСТКИЕ ДИСКАУНТЕРЫ: В ДУХЕ ВРЕМЕНИ

#IpsosStories

Не в деньгах дело



Дело даже не в том, что у меня нет денег на продукты, а скорее в моей жадности: почему я должна покупать продукт, который ещё несколько месяцев назад стоил в 2-3 раза дешевле, с такой огромной наценкой? Нет, спасибо, я буду покупать там, где пока ещё к людям нормально относятся.

Евгения, 29 лет
Санкт-Петербург



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Жесткие дискаунтеры – в духе времени

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ОТНОШЕНИЕ К КОМПАНИЯМ, ОСТАНАВЛИВАЮЩИМ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ

#HOT_Stories

Выживем? Справимся?



Мысли об этом целыми днями скачут – то кажется «да ладно выживем», то кажется «как же мы справимся без привычной уходовой и декоративной косметики, лекарств, автомобилей».

Мария, 43 года
Екатеринбург



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Отношение к компаниям, останавливающим
деятельность в России

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ИЗМЕНЕНИЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

#HOT_Stories

Привычка с детства



Непонятно, что будет с соцсетями. Постоянно что-то блокируют. Это не то, за что стоит цепляться в жизни, но я соцсетями привыкла пользоваться с детства, я смотрела различных блогеров про косметику и путешествия, и я привыкла к ним, возможно, даже зависима.

Алина, 21 год
Москва



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Изменения в использовании социальных сетей

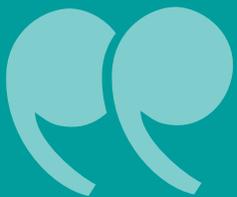
[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТИПАЖИ И ИХ СТРАТЕГИИ АДАПТАЦИИ К НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

#HOT_Stories

Зависит ли капуста от доллара



Траты существенно увеличились. Нам всегда хватало за глаза, а сейчас же мы еле-еле дотянули до зарплаты. Цены на продукты взлетели в 2–3 и более раз. Это ужасно бесит, особенно когда отмазкой для всего этого служит фраза «доллар же вырос». Ребят, доллар уже почти вернулся на своё место, снижайте цены, ау! И с каких это пор у нас капуста от доллара зависит?

Евгения, 30
Санкт-Петербург



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Потребительские типы и их стратегии адаптации к новой реальности

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ОТНОШЕНИЕ К ЛОКАЛЬНЫМ, ЗАПАДНЫМ И АЗИАТСКИМ БРЕНДАМ

#HOT_Stories

Было бы желание



Хотелось бы поддержать отечественного производителя. Страна у нас большая, климатические зоны есть разные. Можно и арбузы выращивать, и кофе, и ананасы. Было бы желание и возможности.

Сергей, 44 года
Москва



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Отношение к локальным, западным и азиатским брендам
в разных категориях

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА – МНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

#Stories

Очень реалистичный вариант



Для меня более желателен такой исход, при котором у потребителя будут и выбор, и нормальные цены – не такие, как сейчас. Хотелось бы видеть сильных игроков с клиентоориентированностью. Также хочется верить в возрождение российского автопрома как самостоятельной отрасли. Ставка на собственное производство – это очень реалистичный вариант.

Олег, 35 лет
Москва



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Направления развития российского авторынка – мнение потребителя

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ВАЛЮТНЫЙ ВОПРОС

#Stories

Рассвет юаней



Читал, что один банк предлагал открыть вклады в юанях под 8% доходности от трех месяцев до полугода, но в подробности не вдавался. Вроде бы доллары сейчас ограничены для нас, и поэтому приходит рассвет юаней.

Евгений, 26 лет
Москва



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Валютный вопрос – клиенты банков о валютах

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ОНЛАЙН-ШОПИНГ: ЧТО НОВЕНЬКОГО?

#Stories

Дороже значит лучше



Я сейчас стала покупать более дорогие бренды, потому что они служат дольше, и сейчас есть риск, что многие уйдут с рынка, поэтому покупаю, пока есть возможность.

Вероника, 25 лет
Москва



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Онлайн-шопинг. Что новенького?

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ: ОПЫТ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

#Stories

Данные дороже скидок



Я считаю неуместным предоставлять персональные данные при заказе в интернет-магазине. Недорогие товары не стоят того, что мои данные останутся на сайте.

Также я не оставила информацию о себе, чтобы получить скидочную карту в медицинской лаборатории. Ради разовой скидки предоставлять все свои данные я не хочу. Обращусь ли я к ним еще раз – неизвестно, а получать от них ненужную рекламу, возможно, придётся.

Элеонора, 48 лет
Санкт-Петербург



Синдикативное онлайн-сообщество Ipsos
Тема: Персональные данные. Опыт потребителей

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 500 человек из разных городов России



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30 респондентов

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

1. ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1
1 отчет

Опция 2
2 отчета

Опция 3
3 отчета

- ▶ 1 дискуссия в 3 недели: 11 тем в 2022
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчёт (summary в формате объемом до 15-20 слайдов)

2. AD NOS ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Тема по запросу

Области применения:

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования

Сроки

1 неделя от брифа до отчета



КОНТАКТ ДЛЯ СВЯЗИ

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

#IpsosBeSure

trends.ipsos.ru
sustainability.ipsos.ru



www.ipsos.ru



Иpsos в России



Ipsos in Russia



Ipsos in Russia