

IPSOS UPDATE

Обзор лучших статей
и исследований Ipsos
со всего мира

Декабрь 2020

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS



ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В IPSOS UPDATE!

В новом выпуске Ipsos Update собраны статьи и исследования Ipsos, вышедшие за последний месяц.

Ipsos Update – это обзор наших материалов в удобном для чтения формате. В статьях вы найдете информацию по разным рынкам и отраслям и мнения экспертов Ipsos по актуальным вопросам маркетинга и исследовательских методологий.

Мы стараемся сделать обзор полезным для наших клиентов. Свои комментарии и идеи вы можете направлять по адресу IKC@ipsos.com

Искренне ваш,

Ipsos

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

UPD: GLOBAL TRENDS

Что изменилось за время пандемии

В сентябре мы провели дополнительное исследование влияния пандемии на глобальные тренды на семи рынках, чтобы оценить, насколько ярко изменения в поведении людей, вызванные пандемией, стали проявляться в их мнениях, взглядах и ценностях.

ОТ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ К ИНСАЙТАМ

Сила аналитики соцмедиа

В новой статье от экспертов Ipsos в области Social Intelligence Analytics рассматривается эволюция анализа данных из соцсетей – от мониторингов к полноценным исследовательским решениям

ГОЛОСОВЫЕ ПОМОЩНИКИ В РИТЕЙЛЕ

Проблемы внедрения и их решения

Использование голосовых помощников для совершения покупок – новая возможность. Все большая популяризация этого мощного инструмента заставляет расти ожидания потребителей.

ЧЁРНАЯ ПЯТНИЦА 2020

Время вдохнуть новую жизнь в акции в ритейле

Чёрная пятница в этом году была особенной и очень сильно зависела от того, как отреагируют потребители, и смогут ли продавцы обеспечить поставки в такое нестабильное время. Делимся нашей аналитикой.

РАЗГОВОРЫ О ДЕНЬГАХ

Окупаемость инвестиций в управление CX

Опыт клиентов играет важную роль в успехе и неудаче организации. В этой статье эксперты Ipsos рассказывают, как обеспечить окупаемость инвестиций в CX (ROCXI).

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ УСТОЙЧИВОСТЬ

Гарантия жизнеспособности бизнеса

Должна ли устойчивость быть приоритетом в условиях глобальной пандемии, экономического спада и социальных беспорядков? Без сомнения – да.

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО

Проблемы женщин во всём мире в период COVID-19

Новое исследование Ipsos показывает сохранение гендерного неравенства, усугубляемого пандемией. Рассматриваем влияние на финансовое и физическое / психологическое благополучие женщин.

МЕЖДУНАРОДНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Как общество реагирует на события в мире

Делимся результатами исследования Ipsos для ежегодного форума Halifax International Security Forum, посвященного вопросам международной безопасности, в особенности во время пандемии COVID-19.

UPD: GLOBAL TRENDS

Что изменилось за время пандемии

Уже почти год как пандемия COVID-19 с нами. По всему миру привычные рутины и образ жизни людей неоднократно нарушались, и для многих еще нет четкого пути выхода из этой череды нарушений.

С февраля 2020 года команда Ipsos MORI Trends and Futures анализирует сигналы, отслеживает социальные изменения и изучает воздействие пандемии на людей во всем мире через призму ценностей и тенденций, выделенных в Ipsos Global Trends 2020.

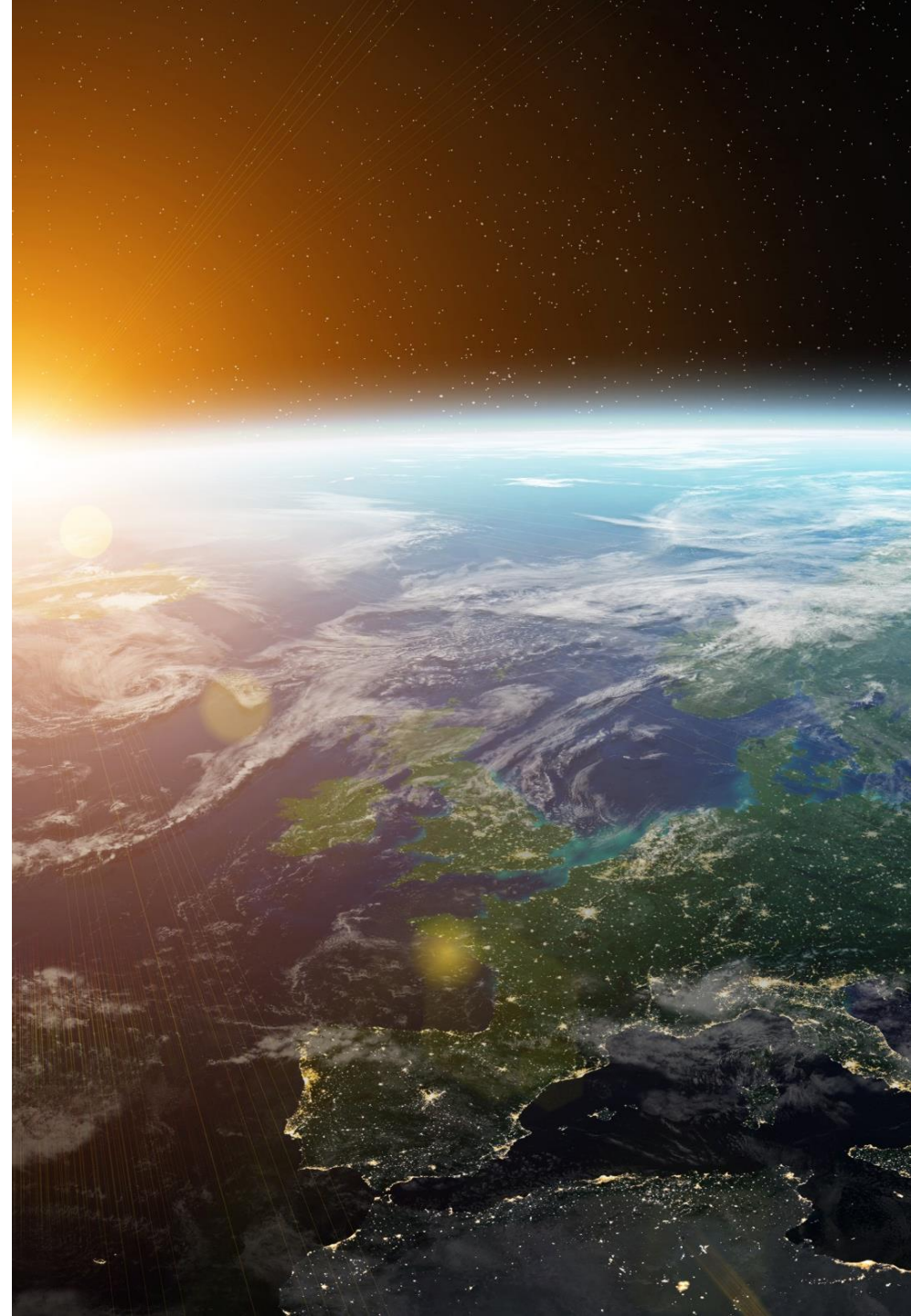
Основной опрос проводился в середине 2019 года и позволил получить представление о ценностях, существовавших непосредственно перед COVID-19.

В сентябре 2020 года мы повторно запустили опрос по части вопросов из основной анкеты на 7 рынках – США, Китай, Великобритания, Германия, Франция, Италия и Бразилия – чтобы оценить, насколько ярко изменения в поведении людей, вызванные пандемией, стали проявляться в их мнениях, взглядах и ценностях.

Читайте в этом выпуске:

- Как меняется общество
- Что пандемия изменила больше и меньше всего
- Взгляд в будущее

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ОТ НЕСТРУКТУРИРОВАННЫХ ДАННЫХ К ИНСАЙТАМ

Сила аналитики соцмедиа

На основе опыта Ipsos мы выделили три методологических составляющих анализа информации из социальных медиа.

- **Платформы для сбора и анализа данных соцсетей**, предназначенные для получения данных из различных источников в реальном времени с помощью интерактивных дэшбордов.
- **Аналитика на основе ИИ**. Текстовая, фото и видео аналитика, разработанная для извлечения смыслов из неструктурированных данных при помощи обработки естественного языка (NLP), машинного обучения, data mining, статистического анализа и т.д.
- **Интерпретация человеком / извлечение инсайтов**. Индивидуальный вклад исследователя в поиск инсайтов на основе данных соцмедиа при помощи аналитических фреймворков.

Анализ соцсетей как направление исследования всё ещё развивается. В этой статье мы разрушаем некоторые из распространённых мифов об анализе соцмедиа и разбираем ключевые факторы, которые необходимо учитывать при оценке плюсов и минусов различных исследовательских подходов.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ГОЛОСОВЫЕ ПОМОЩНИКИ В РИТЕЙЛЕ

Проблемы внедрения и их решения

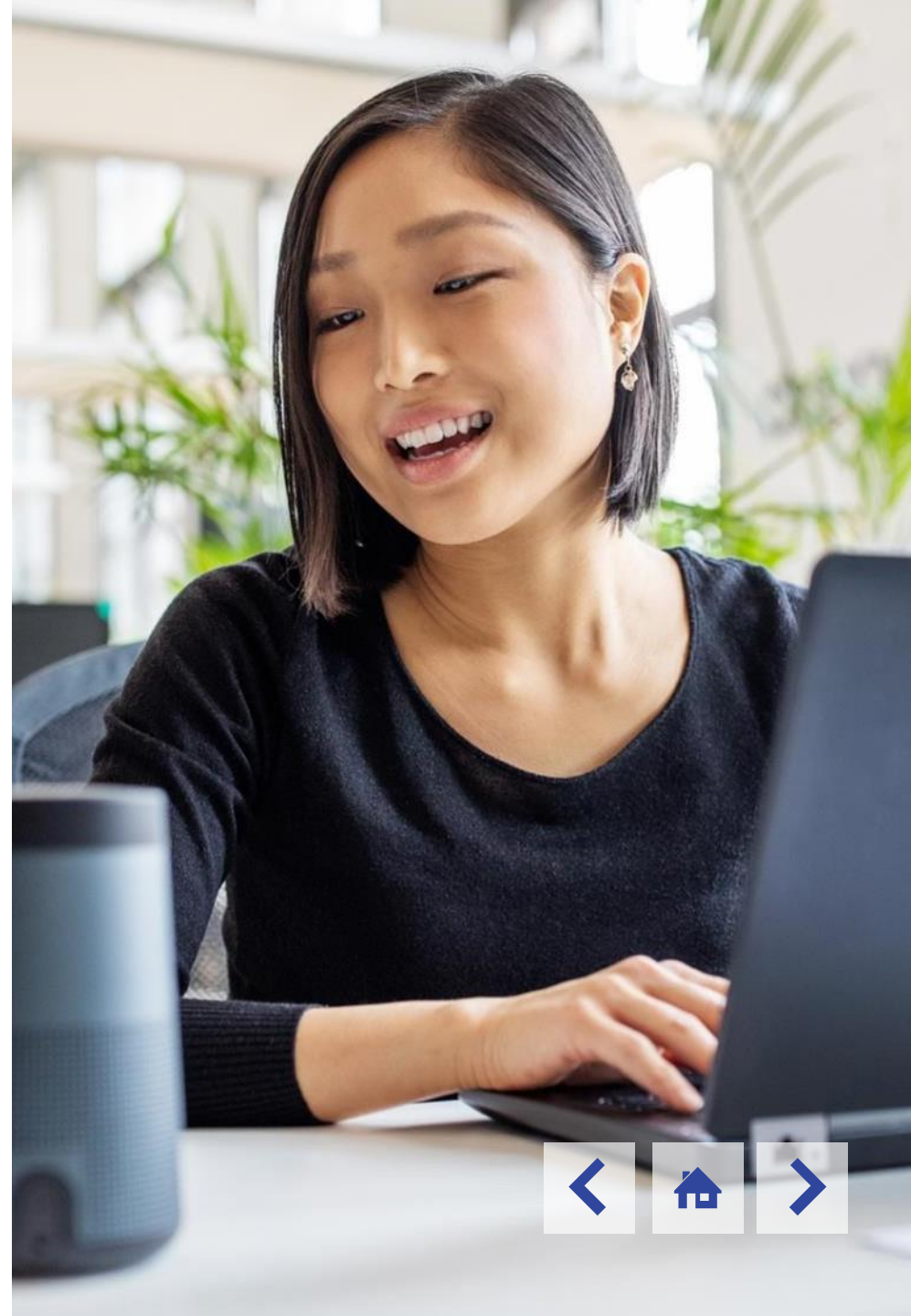
В этой статье мы рассказываем, как подготовиться к покупкам при помощи голосовых помощников исходя из их текущего использования.

Пандемия дала мощный толчок развитию цифровых технологий в ритейле. Могут ли голосовые помощники стать одной из таких технологий? Несмотря на огромную популярность цифровых помощников, запросы к ним ограничиваются преимущественно музыкой, развлечениями, погодой, поиском информации – то есть задачами с низкими рисками и невысокой ценой ошибки.

Мало кто в России делегирует голосовым помощникам совершение покупок. Основным барьером к делегированию является базовое недоверие, неверие, что искусственный интеллект помощника «на моей стороне», и ему можно доверить траты.

Рассматриваем причины возникновения такого недоверия и возможные пути, которые могут использовать ритейлеры и разработчики для преодоления барьеров использования голосовых помощников в e-commerce.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ЧЕРНАЯ ПЯТНИЦА 2020

Время вдохнуть новую жизнь в акции в ритейле

Наш тур по истории чёрной пятницы показывает, как она перешла от скромных начинаний к многодневной, цифровой розничной феерии во многих странах мира.

Похоже, что чёрная пятница будет расти благодаря расширению онлайн-ритейла. Но со временем вокруг этого мероприятия возникают проблемы, такие как:

- Растущая конкуренция со стороны других ритейлеров
- Актуальность на рынке
- Ограничения продаж

Мы также рассматриваем это событие на фоне растущего внимания к экологии и тренда на отказ от избыточного потребления.

Основные тактики для ритейлеров в этом году включают в себя скорость, стимуляцию онлайн-продаж, продвижение технологии Click & collect и оптимизацию покупок на мобильных устройствах.

В этой статье вы узнаете о том, как ритейл может справиться с этими «чёрными днями» с пользой для себя.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

*Thank
You for
Shopping
With us!*

(online)



РАЗГОВОРЫ О ДЕНЬГАХ

Окупаемость инвестиций в управление опытом клиентов

Опыт клиента (СХ) – ключ к отстройке предложения компании от конкурентов и мощный драйвер для выбора бренда, формирования лояльности, желания рекомендовать бренд и стоимости обслуживания. Активация потенциала СХ – важный элемент бизнес-игры.

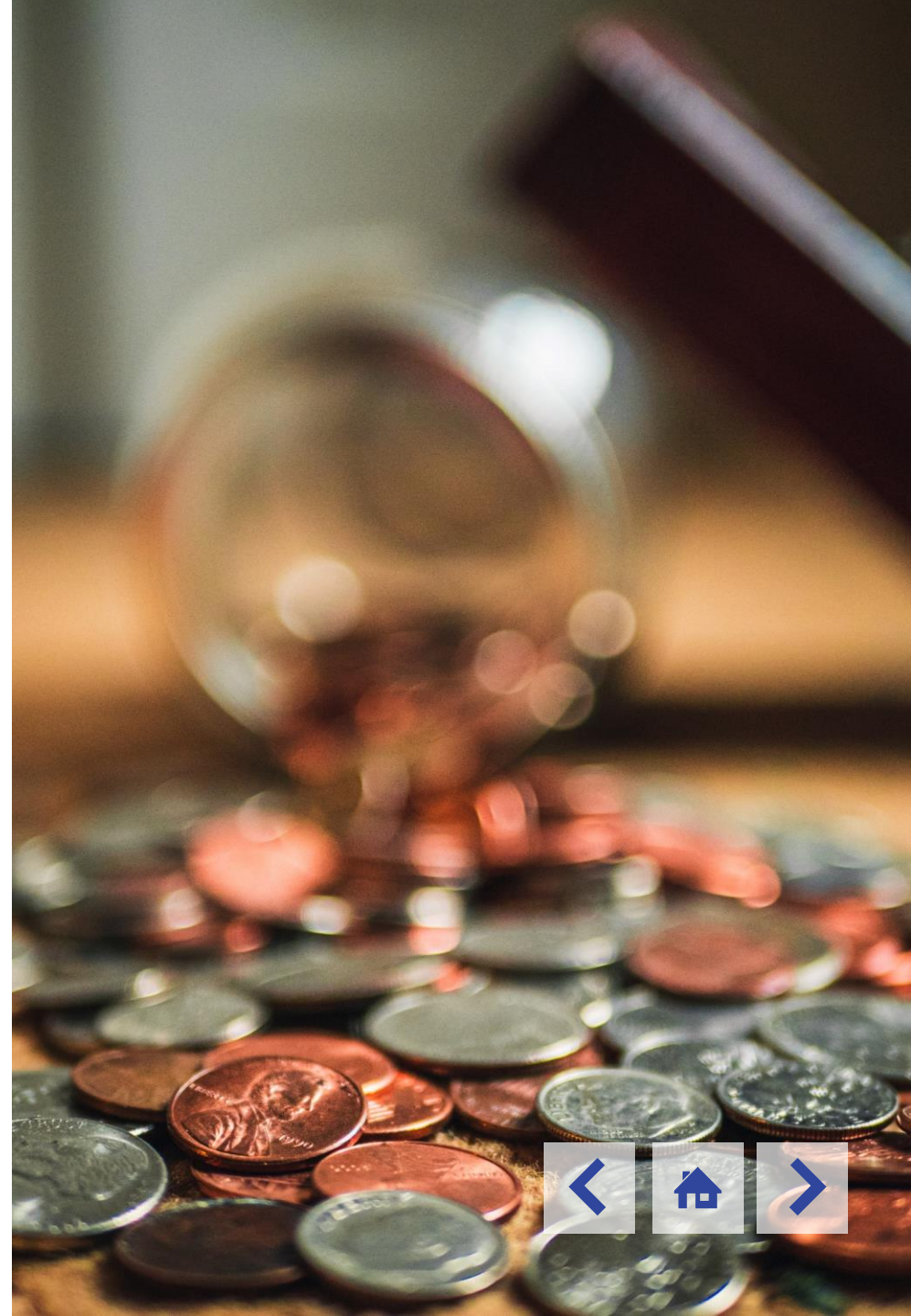
Три основных аспекта СХ:

- **РОСХИ.** Обеспечение окупаемости инвестиций в СХ: во сколько обойдётся СХ для моего бизнеса?
- **Зрелость СХ:** кто мы по сравнению с лидерами по СХ, и каков наш путь к совершенству?
- **Замкнутый цикл:** как лучше всего работать с отзывами, которые оставляют мои клиенты?

Эта статья от команды по управлению опытом клиента Ipsos – об обеспечении окупаемости инвестиций – признанной связи между успехом СХ и финансовыми показателями организаций. Мы показываем важность СХ в создании сильного фундамента планируемых изменений, а также способы количественной оценки влияния СХ на показатели компании и, соответственно, повышения ее бизнес-потенциала.

Помимо статьи, вы можете скачать и послушать подкаст от глобальной команды Ipsos [Перспективы клиента: окупаемость инвестиций в СХ](#) - практические шаги по моделированию финансовых связей.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ УСТОЙЧИВОСТЬ



Даже в разгар глобальной пандемии и обострения экономических и социальных проблем устойчивость безусловно остается приоритетом.

Устойчивое развитие может быть сложной и запутанной темой для бизнеса и для потребителей. В нашей новой статье мы рассказываем о взгляде Ipsos на устойчивость и предлагаем организациям рекомендации по построению, управлению и распространению своей стратегии устойчивого развития

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

WHAT THE FUTURE: УТИЛИЗАЦИЯ ОТХОДОВ



Утилизация отходов – одна из многих насущных экологических проблем, наряду с загрязнением и изменением климата. Маркетинговые исследования могут помочь даже в решении проблемы утилизации отходов. Обостряется потребность в более качественных и долговечных продуктах и услугах. Брендам необходимо предпринимать решительные действия и сообщать об этом своим потребителям.

В этом выпуске What the Future рассказываем о новых исследованиях Ipsos в этом направлении.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

ИНДЕКС TETRA PAK 2020



В основе Индекса – глобальный опрос о безопасности пищевых продуктов и проблемах окружающей среды, проведенный Ipsos среди 8500 респондентов из 9 стран, включая **Россию**.

Здоровье как никогда сильно связывают с безопасностью пищевых продуктов и гигиеной; две трети опрошенных говорят, что быть здоровым – значит быть в безопасности. По мнению респондентов, повышение безопасности пищевых продуктов и возможность переработки упаковки – первостепенные приоритеты для производителей.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Проблемы женщин во всем мире

Исследование, проведенное Ipsos в странах G7 для Женского Форума, показало необходимость решения проблемы гендерного неравенства, которая усугубилась во время пандемии.

Больше женщин, чем мужчин, утверждают, что боятся будущего (73% против 63%), и больше женщин испытывают психологические проблемы с начала пандемии (59% против 46%).

Гендерные стереотипы все еще широко распространены. Более половины (53%) согласны, что «невозможно иметь все» – чтобы быть хорошей матерью необходимо жертвовать карьерой.

Также приводим основные выводы отчетов AXA, основанных на исследованиях Ipsos в 8 странах – Франции, Германии, Италии, Мексике, Нигерии, Испании, Таиланде и Великобритании и посвященных влиянию COVID-19 на женское финансовое и физическое / психологическое благополучие.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



МЕЖДУНАРОДНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Как общество реагирует на события в мире

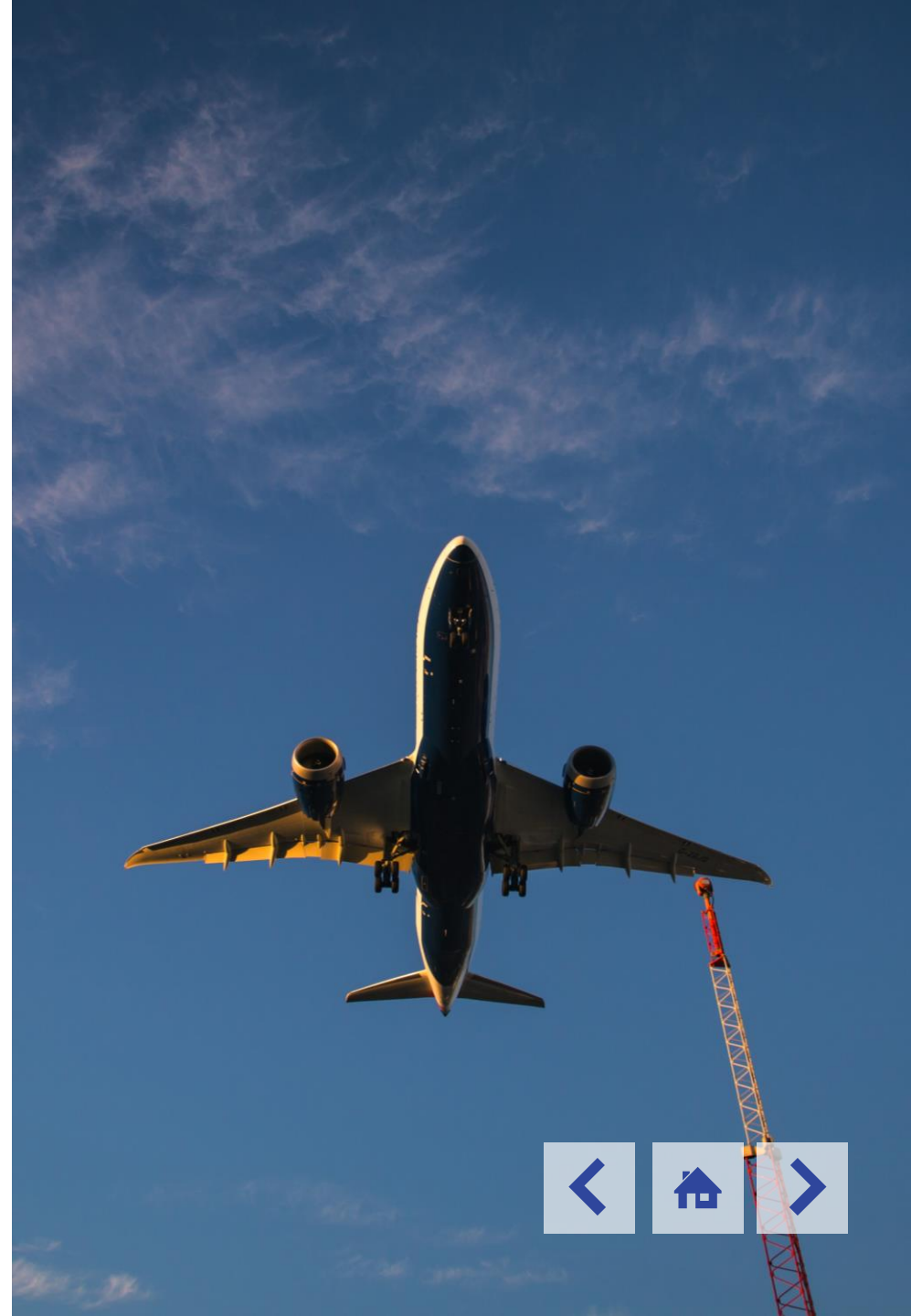
Согласно новому опросу Ipsos для форума Halifax International Security Forum, большинство людей в мире поддерживают закрытие границ как меру борьбы с COVID-19. Немногие верят, что коронавирус удастся сдержать.

Опрос был проведен среди более 21000 человек в 28 странах, включая **Россию**.

Две трети (67%) согласны, что их страна должна закрыть свои границы, пока не будет доказано, что COVID-19 сдерживается. Готовы поддержать закрытие своих границ Малайзия (92%), Австралия (83%), Канада (82%), Чили (82%), Перу (81%) и Южная Африка (78%), а также Америка (67%). Гораздо реже (в основном в Европе) соглашаются с закрытием своих границ жители Нидерландов (44%), Швеции (47%), Германии (50%), Бельгии (52%), Венгрии (56%) и Польши (57%).

Такая картина, вероятно, является следствием того, что немногие верят в сдерживание COVID-19. Лишь каждый третий (33%) в мире убежден в этом (7% полностью / 26% в некоторой степени). Жители Малайзии (71%), Саудовской Аравии (69%), Индии (68%), Китая (58%) и **России** (52%), **верят, что вирус в значительной степени локализован.**

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



SHORTCUTS

ЧТО ВОЛНУЕТ МИР?

Глобальное беспокойство по поводу коронавируса снова растёт. COVID-19 возглавляет рейтинг глобальных проблем в течение 8 месяцев. Мы видим рост еще на три пункта в ноябре. 47% респондентов заявили, что COVID-19 является главной проблемой для их страны. Наиболее обеспокоена Малайзия (78%). В Швеции в этом месяце наблюдается значительный рост (обеспокоены 44%, что на 22 пп больше, чем месяц назад).

Безработица, бедность и социальное неравенство, коррупция, преступность и насилие закрывают топ-5 основных мировых проблем.

Россия входит в топ-3 стран, наименее обеспокоенных коронавирусом – по состоянию на ноябрь эта проблема волнует 30% респондентов. Для сравнения – в Великобритании и Испании это значение составляет 64%.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

ОТНОШЕНИЕ К ВАКЦИНАМ

Гонка запуска вакцины COVID-19 продолжается, и мир сталкивается с множеством вопросов, на которые все еще нет ответов – когда будет готова вакцина, кто получит ее первым, каким образом и готовы ли они к этому? И когда мы сможем вернуться к «нормальному» образу жизни?

В ноябре этого года 73% респондентов из 15 стран заявили, что получили бы вакцину от COVID-19 при возможности, что на 4 пп ниже, чем в августе. Гораздо меньше, 52%, утверждают, что готовы сделать это в ближайшие 3 месяца.

Те, кто не планирует делать вакцину, обеспокоены побочными эффектами и скоростью, с которой она проходит клинические испытания.

Наши эксперты изучают то, как формируются и поддерживаются различные точки зрения в отношении вакцин – укореняются ли они в индивидуальном восприятии или зависимы от внешних факторов?

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

КОНТАКТЫ

Вся информация о новом выпуске находится в открытом доступе.

Выпуски Ipsos Update можно найти на наших сайтах и в социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направлять по адресу IKC@ipsos.com

www.ipsos.ru
[@Ipsos](#)