

PLATFORMS WINTER 2011 FUTURE PERFECT & OMI RUSSIA

ОЦЕНКА САЙТОВ КАК КОНТЕКСТА
ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ КОММУНИКАЦИИ БРЕНДОВ

НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ПОРТРЕТ САЙТА
02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ
РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

FUTURE PERFECT

Future Perfect — партнер для разработки эффективных брендов, бренд-идей и креативных материалов для коммуникации бренда в традиционных и цифровых медиа. Компания также запускает и развивает независимые проекты и инструменты для повышения эффективности коммуникации на российском рынке.

www.futperf.com



Online Market Intelligence — ведущая российская компания, предоставляющая комплексные решения для маркетинговых онлайн-исследований, используемые исследовательскими организациями, рекламными агентствами, а также маркетинговыми подразделениями компаний, входящих в рейтинг Fortune Global 500.

www.omirussia.ru

НАЧАЛО

ПРЕДПОСЫЛКИ К СОЗДАНИЮ ПРОЕКТА

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО ОМИ

Сегодня для коммуникации в Интернет бренды все чаще прибегают к краткосрочному или долгосрочному партнерству с различными популярными Интернет-ресурсами. Это дает возможность, во-первых, мгновенно захватить значительное количество нужной аудитории, и во-вторых, «встроить» бренд в уже привычный человеку контекст сайта — использовать его естественные эмоции и ощущения на этом сайте, чтобы донести сообщение бренда наиболее понятным и интересным способом.

Выбор площадки происходит по таким показателям, как: 1) охват аудитории нужного социально-демографического профиля, 2) эмоциональный образ самой площадки и 3) безусловно, цена контакта с потребителем.

На текущий момент сайты можно объективно оценить по охвату (например, при помощи TNS Gallup Istar) и стоимости контакта.

Что касается эмоционального образа площадки — пока он оценивается субъективно/интуитивно, что делает картину неполной для бренд-лидеров и не дает сайтам вести неценовую конкуренцию — доказать превосходство своего имиджа над конкурентами площадка объективно не может.

«Исследование Future Perfect и ОМИ дает столь необходимое сегодня глубинное понимание того, какие эмоциональные отношения существуют между популярными в России сайтами и их аудиторией. Такой анализ будет очень полезен как для владельцев сайтов, так и для владельцев брендов.»

Shizuka Jane Pye — Marketing Director Campbell's Russia

«В современном мире, где человек одновременно потребляет различные медиа и, не задерживаясь надолго, переключает внимание с одного на другое, КОНТЕКСТ коммуникации значит больше, чем ЧАСТОТА и ОХВАТ. Недостаточно разговаривать просто с правильной аудиторией, ведь она может игнорировать сообщение бренда, если в данный момент ее потребности и эмоции не соответствуют его категории или теме коммуникации. Общение же с аудиторией в восприимчивом состоянии позволяет минимизировать затраты и требует меньшего количества контактов для донесения сообщения.»

Отчет Platforms компаний Future Perfect и ОМИ измеряет эмоциональное восприятие Интернет-платформ, что позволяет оценить потенциальную восприимчивость аудитории к сообщениям брендов. Также отчет позволяет оценить способность площадок влиять на мнение аудитории, что особенно важно, так как сегодня потребительское отношение во многом задается социальными медиа. Отчет является полезным инструментом для определения таких составляющих процесса планирования коммуникации, как ЧТО (коммуницируется), КАК, КОМУ и ПРИ КАКИХ УСЛОВИЯХ.»

Антон Копытов — Партнер Mindshare Innovation

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

Оценить имидж крупнейших интернет-сайтов среди их посетителей — сделать выбор интернет-площадки для коммуникации бренда более взвешенным.

ЧЕМ МОЖЕТ ПОМОЧЬ ЭТОТ ДОКУМЕНТ

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

ПОДБОР ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ЛУЧШЕЙ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ БРЕНДА

Основная часть этого исследования (и отчета) — оценка эмоционального образа каждого сайта. Оценка строится на основе уже традиционной системы эмоциональных потребностей человека. Выбрав эмоцию, в большей степени соответствующую Вашему бренду, вы легко подберете те сайты, которые имеют наиболее «выпуклый» образ именно по этой эмоции.

ПОДБОР ЭФФЕКТИВНОЙ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИДЕРОВ МНЕНИЯ

Вторая часть этого исследования посвящена оценке восприятия аудитории каждого портала. Однаковые по тематике сайты могут иметь разную в восприятии посетителей аудиторию, на одном она будет более привлекательна, а значит, на этом портале посетители более восприимчивы к тому, что обсуждается другими посетителями.

Третья часть исследования посвящена уважению и доверию к информации на сайте. Они также важны при выборе площадки для работы с мнением аудитории, так как от уровня уважения и доверия зависит восприимчивость аудитории к сказанному на том или ином ресурсе.

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ОТ АГЕНТСТВ ИЛИ САМИХ САЙТОВ

Совокупный рейтинг качества контекста сайтов показывает, насколько велика добавленная эмоциональная ценность каждого сайта. При равных стоимости размещения и охвате выбор может быть сделан в пользу сайта с более высокой добавленной эмоциональной ценностью — так как он не только дает доступ к нужной аудитории, но и помогает выстраивать привлекательный образ бренда.

ВДОХНОВЕНИЕ

Несмотря на свою статистическую «природу», результаты Future Perfect Platforms помогают находить идеи, как конкретно можно эффективно интегрировать бренд в тот или иной сайт.

Если площадка, предположим, ассоциируется с эмоцией уникальности — наиболее успешной будет коммуникация бренда, актуализирующая именно эту ценность. Актуализация, при этом, может быть постоена как в прямой логике (дать возможность проявить свою уникальность), так и от обратного — сделать явным тот факт, что в реальности, никто здесь не уникален. Как конкретно бренд должен проявить себя — зависит от этого собственного характера и ценностей.

ОБРАЩАЙТЕСЬ В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

При возникновении любых вопросов по трактовке этого отчета, по сопоставлению результатов исследования с ситуацией и целями Вашего бренда, а также при необходимости посмотреть результаты исследования по более узкой аудитории или просто пообщаться о проекте — пожалуйста, связывайтесь с нами.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО ОМИ

САЙТЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ИМЕЮТ РАЗНЫЙ ИМИДЖ

Два сайта с очень близкой тематикой и функциональностью могут иметь значительно различный эмоциональный образ в восприятии аудитории.

Например, один деловой сайт может давать, в большей степени, эмоции успешности, другой — ощущение контроля, владения ситуацией.

ВООБРАЖАЕМАЯ АУДИТОРИЯ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ

Сайты с близкой тематикой, функциональностью и даже с близким имиджем могут иметь существенно различные показатели по ощущаемому уровню аудитории. В одном случае, люди высоко ценят посетителей сайта и хотят себя с ними ассоциировать, в другом — не хотят быть причатными к этой аудитории.

НИШЕВЫЙ — НЕ ЗНАЧИТ С ЯРКИМ ИМИДЖЕМ

Существует мнение, что чем более нишевым является сайт и чем уже его специализация/тематика — тем более четкий и яркий имидж он имеет. Исследование не выявило такой однозначной зависимости.

ЯРКИЙ ОБРАЗ НЕ ОБЕСПЕЧИВАЕТ ДОВЕРИЕ

Сайт может иметь очень яркий эмоциональный образ, но при этом низкий показатель по доверию и по воспринимаемому качеству аудитории. Сообщение бренда на таком сайте может остаться незамеченным, так как посетители не хотят ассоциировать себя с «типичным посетителем» этого сайта и не сильно доверяют информации, размещенной здесь.

САЙТЫ С ОГРОМНЫМ ОХВАТОМ МОГУТ ИМЕТЬ ОЧЕНЬ ЧЕТКИЙ ОБРАЗ АУДИТОРИИ

Несмотря на то, что на сайте могут находиться до 70% интернет-пользователей всех возрастов ежедневно — то есть все и каждый, в восприятии этих посетителей аудитория сайта может иметь очень конкретные, четкие черты — как если бы это был нишевый сайт с узко заданной спецификой. Это еще раз доказывает большую разницу между действительным и воспринимаемым.

ПОДСОЗНАТЕЛЬНАЯ ДИСТАНЦИЯ

Являясь постоянным посетителем того или иного сайта, пользователь может приписывать аудитории этого сайта негативные характеристики, что говорит о том, что он не является эмоционально лояльным к ресурсу, отделяя себя от, по его мнению, реальной аудитории.

МЕТОДОЛОГИЯ

МЕТОД И ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

- ▶ НАЧАЛО
- ▶ МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

МЕТОД

Количественное исследование по технологии CAPI (computer-aided personal interviewing).

Региональность

Москва — 33,6%
Города 1 млн ± 34%
Города 100 тыс.—1 млн — 32,4%

КОЛИЧЕСТВО РЕСПОНДЕНТОВ

1369

Другое

Регулярные пользователи Интернет.
Доход средний и выше среднего.

Пол

женщины — 50%
мужчины — 50%

Возраст

16—19 лет — 24,7%
20—24 лет — 25,4%
25—34 лет — 25,3%
35—44 лет — 24,6%

СТРУКТУРА ИССЛЕДОВАНИЯ ИЛИ КАК ЧИТАТЬ ОТЧЕТ

- ▶ НАЧАЛО
- 01 МЕТОДОЛОГИЯ
- 02 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОИТ ИЗ 4 ЧАСТЕЙ: ПЕРВЫЕ ТРИ ПОЗВОЛЯЮТ ПО СВОЕМУ ОЦЕНİТЬ ПОРТАЛЫ, А ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕТВЕРТАЯ ЧАСТЬ ПОСВЯЩЕНА СОВОКУПНОМУ РЕЙТИНГУ САЙТОВ.

1

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА. Здесь оценивается, какие эмоциональные потребности удовлетворяет тот или иной сайт.

2

ФАКТОР ТОЛПЫ. Здесь оценивается, какими представляются посетителю другие посетители сайта и насколько он хочет ассоциировать себя с ними.

3

УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ. Здесь оценивается общее уважение к сайту и доверие к информации, размещаемой на нем.

ДЛЯ ВОЗМОЖНОСТИ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЙТИНГА ПО КАЖДОЙ ЧАСТИ САЙТЫ ПОЛУЧАЮТ ИНДЕКСЫ:

$I_{\text{эн}}$ — индекс «выпуклости» эмоционального портрета сайта;
 $I_{\text{фт}}$ — индекс ощущаемого качества аудитории;
 $I_{\text{уд}}$ — индекс уважения и доверия.

Значение и метод вычисления каждого индекса описываются подробно в начале каждой части.

Рейтинг сайтов по каждому из индексов приводится в конце каждой части.

4

СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ. Это финальный рейтинг сайтов по совокупному индексу ценности их контекста.

Совокупный индекс ценности контекста вычисляется путем перемножения трех найденных ранее индексов:

$$I_{\text{цк}} = I_{\text{эн}} \times I_{\text{фт}} \times I_{\text{уд}}$$

САЙТЫ, ОЦЕНЕННЫЕ В РАМКАХ ВОЛНЫ ЗИМА 2010—2011

- ▶ НАЧАЛО
- ▶ МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

Большинство сайтов в этой волне — широкоохватные порталы России.

В исследование также вошли некоторые сайты с меньшим охватом, однако высокой аффинитивностью по одной из групп аудитории.

Некоторые порталы аккумулируют множество существенно различных проектов, некоторые из них, в таком случае, исследовались отдельно.

Например, портал Mail.ru имеет несколько проектов, каждый из которых охватывает существенную аудиторию и при этом обладает своей тематикой, поэтому в данном исследовании оценивался как имидж как mail.ru в целом, так и нескольких проектов на портале — Дети, Леди, Знакомства и Мой Мир.

Наличие двух иностранных порталов Twitter.com и Facebook.com обусловлено их значительным охватом российской аудитории и, как следствие, частым использованием в качестве рекламной площадки при общении с русскоязычными посетителями.

В будущем возможно увеличение количества оцениваемых порталов.

[Afisha.ru](#)
[Aif.ru](#)
[Auto.ru](#)
[Autorambler.ru](#)
[Babyblog.ru](#)
[Championat.ru](#)
[Cosmo.ru](#)
[Echomsk.ru](#)
[Expert.ru](#)
[Facebook.com](#)
[Forbes.ru](#)
[Gazeta.ru](#)
[Gzt.ru](#)
[Kinopoisk.ru](#)
[Kommersant.ru](#)
[KP.ru](#)
[Lenta.ru](#)

[LiveInternet.ru](#)
[LiveJournal.com](#)
[Loveplanet.ru](#)
[Lookatme.ru](#)
[Mail.ru](#)
[YouTube.com](#)
[Mail.ru Дети](#)
[Mail.ru Знакомства](#)
[Mail.ru Леди](#)
[Mail.ru Мой мир](#)
[Mamba.ru](#)
[Mhealth.ru](#)
[Maximonline.ru](#)
[Odnoklassniki.ru](#)
[Passion.ru](#)
[Pravda.ru](#)
[Promodj.ru](#)
[Rambler.ru](#)
[RBC.ru](#)
[RG.ru](#)
[Rutube.ru](#)
[Smotri.com](#)
[Snob.ru](#)
[Sportbox.ru](#)
[Twitter.com](#)
[Tvgile.ru](#)
[Utro.ru](#)
[Vedomosti.ru](#)
[Vesti.ru](#)
[Vkontakte.ru](#)
[Woman.ru](#)
[WomanJournal.ru](#)
[Yandex.ru](#)

01. ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА

**ЗДЕСЬ ОЦЕНИВАЕТСЯ,
КАКИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ
УДОВЛЕТВОРЯЕТ ТОТ ИЛИ ИНОЙ САЙТ,
С КАКИМИ ЭМОЦИЯМИ ОН АССОЦИИРУЕТСЯ**

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

МЕТОД

В рамках этой части респондентам предлагался набор высказываний об общечеловеческих эмоциональных потребностях и ощущениях. По каждому из посещаемых сайтов респондент отмечал те эмоции, которые, по его мнению, он ощущает, заходя на этот сайт.

Спектр эмоций для изучения и высказываний для исследования был составлен на основе системы противоречивых эмоциональных потребностей в психике человека. В том или ином виде такая система лежит в основе портфеля брендов большого количества современных компаний. Подробно с каждой из потребностей можно ознакомиться на следующем листе.

В случае сложности при определении эмоции, соответствующей Вашему бренду, пожалуйста, свяжитесь с нами, мы будем рады помочь.

ИНДЕКС «ВЫПУКЛОСТИ» ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ПОРТРЕТА САЙТА

Каждый сайт оценен по каждой эмоции не только с точки зрения процента людей, согласившихся, что данная эмоция подходит сайту, но и по индексу отклонения, который показывает, насколько количество людей, ощущающих данную эмоцию на данном сайте превосходит количество людей, ощущающих данную эмоцию на всех сайтах, в среднем.

КАК ЧИТАТЬ ИНДЕКСЫ

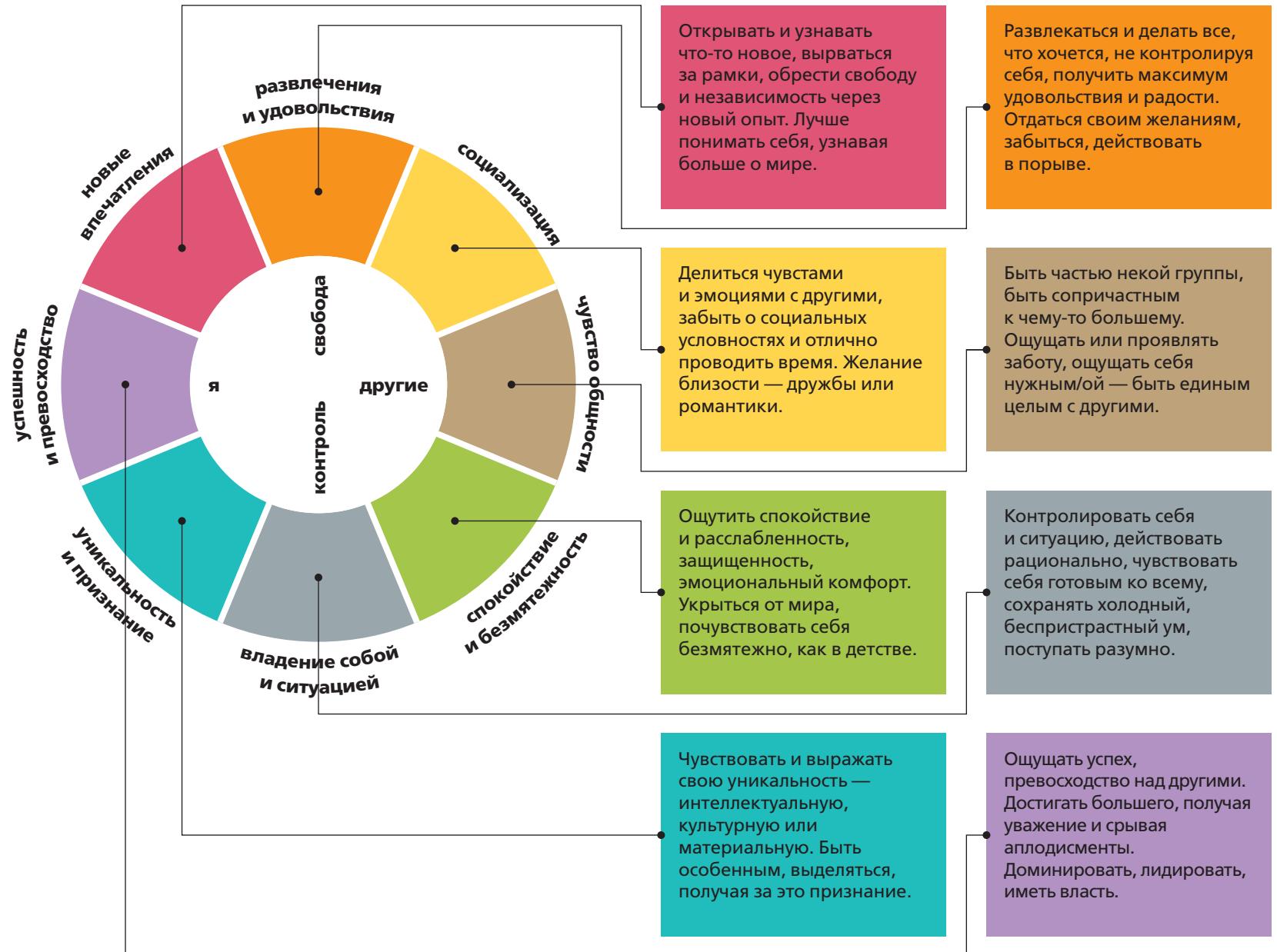
$I_{\text{еп}} = 1$ — количество посетителей сайта, ощащающих здесь данную эмоцию не отличается от среднего количества людей, ощущающих эту эмоцию на исследуемых сайтах. Значит эмоциональный образ сайта по этой эмоции не выделяется.

$I_{\text{еп}} < 1$ — образ сайта по этой эмоции менее выражен, чем эмоциональный образ других сайтов: количество посетителей сайта, ощащающих здесь данную эмоцию меньше среднего количества людей, ощущающих эту эмоцию на исследуемых сайтах.

$I_{\text{еп}} > 1$ — образ сайта по этой эмоции выражен сильнее, чем эмоциональный образ других сайтов: количество посетителей сайта, ощащающих здесь данную эмоцию больше среднего количества людей, ощущающих эту эмоцию на исследуемых сайтах.

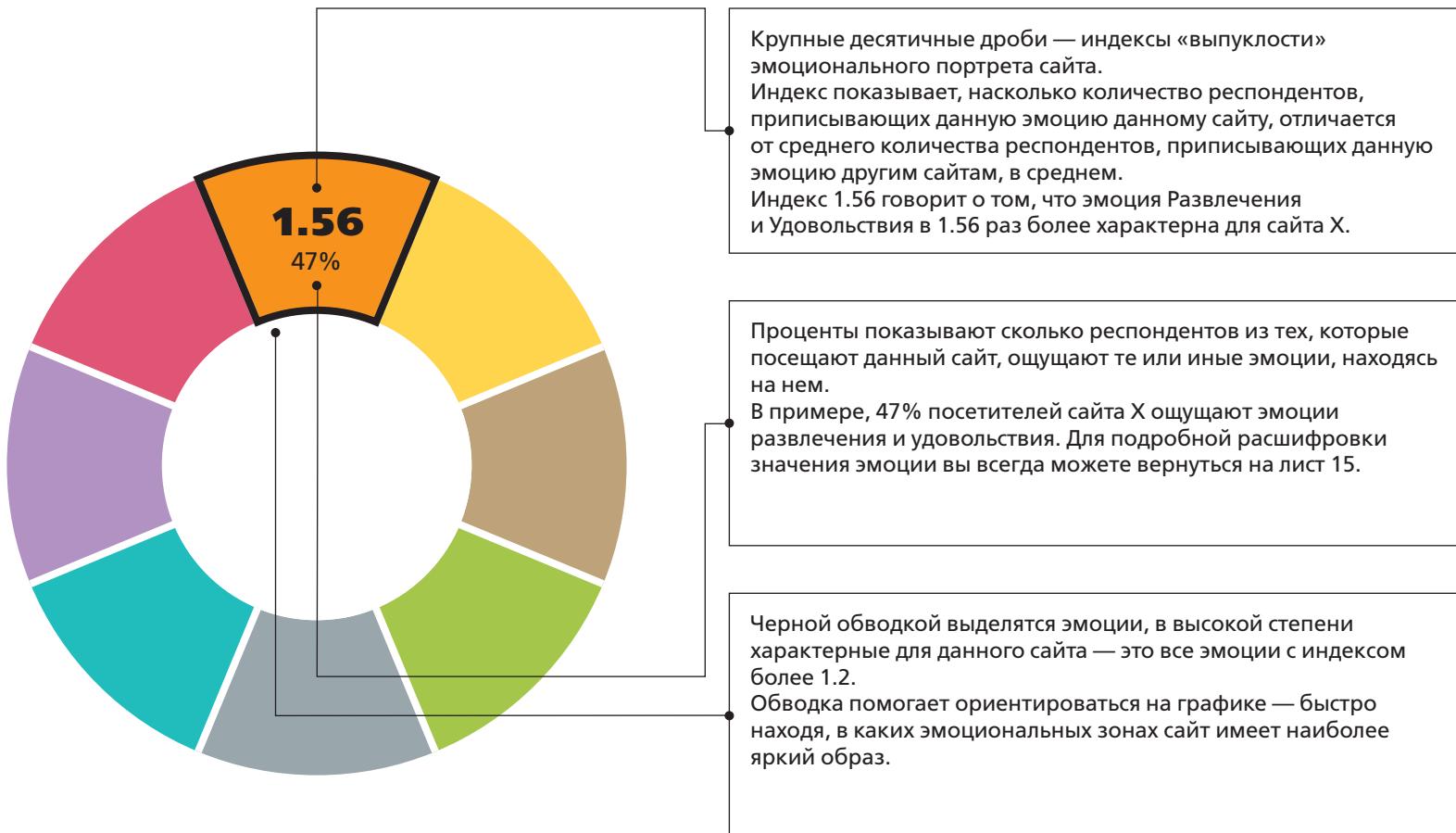
СИСТЕМА ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО ОМИ



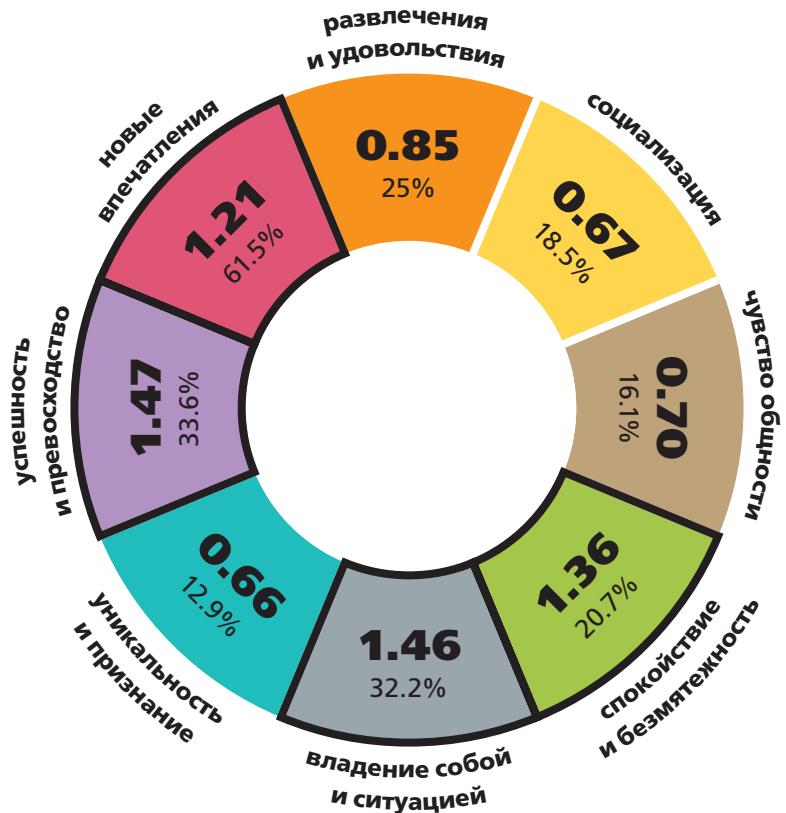
КАК ЧИТАТЬ ГРАФИК

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI



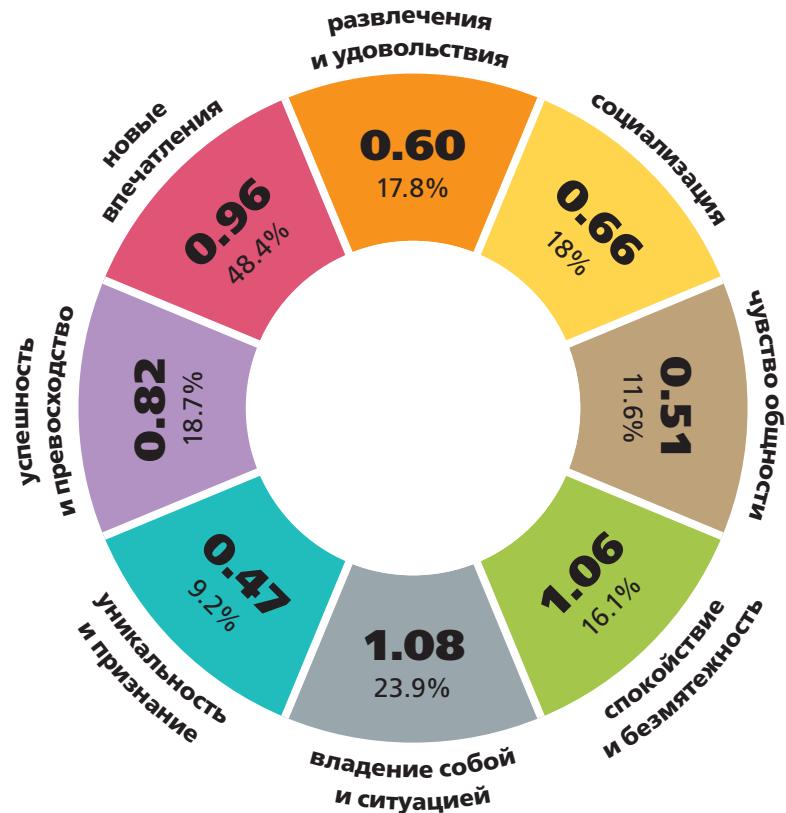
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.yandex.ru



Имидж Yandex.ru выделяется по двум блокам эмоций. С одной стороны — это получение новых эмоций и достижение успеха, с другой стороны — владение ситуацией и спокойствие от привычной рутинны.

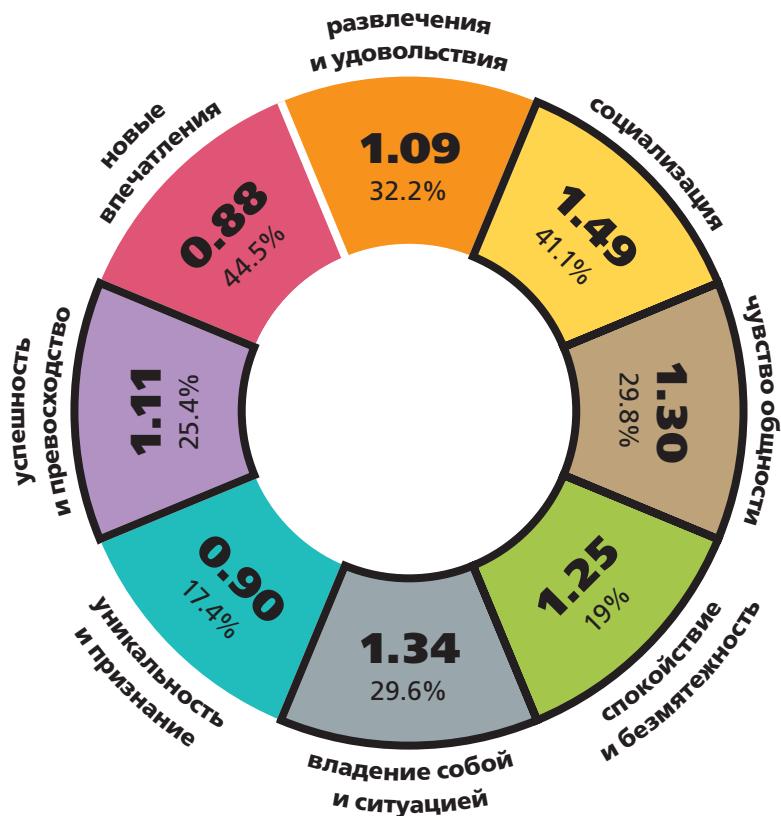
www.rambler.ru



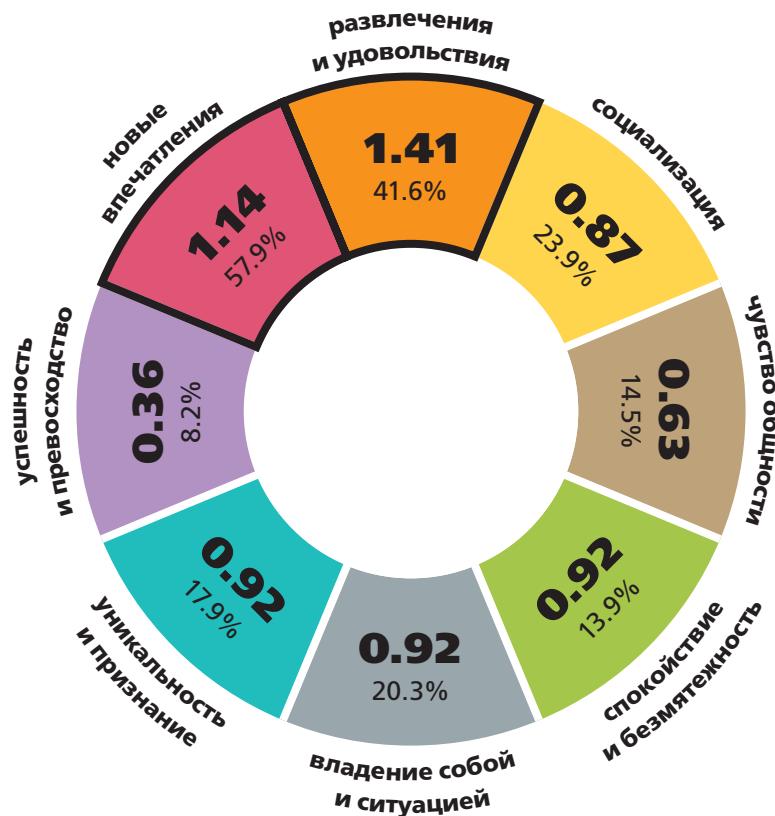
Rambler.ru имеет несущественное отклонение от среднего по эмоциям владение собой и спокойствие. В целом, эмоциональный образ сайта не выделяется относительно других крупных сайтов рунета.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.mail.ru



www.kinopoisk.ru

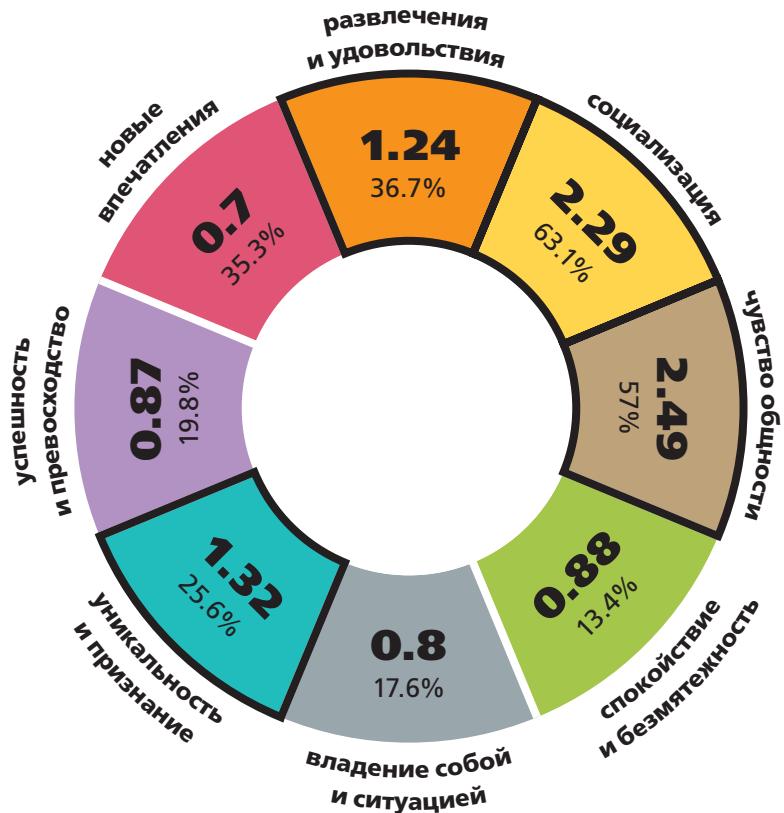


Mail.ru дает выделяется по удовлетворению эмоциональных потребностей, связанных с ощущением общности, дружбы, а также спокойствием и контролем. Сайт незначительно выделяется по эгоцентричным эмоциям.

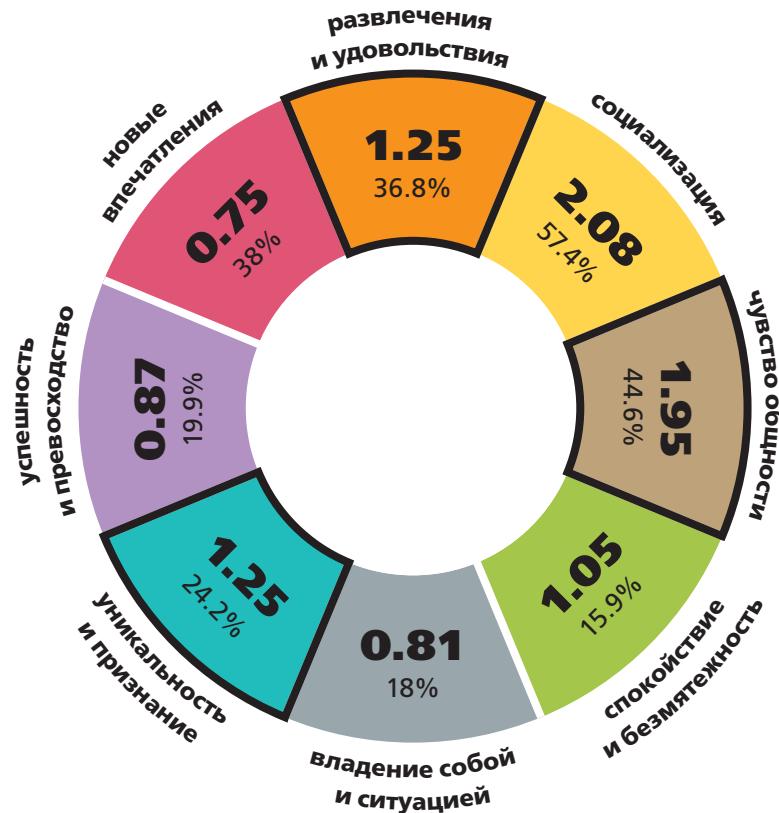
Kinopoisk.ru, очевидно, в силу своей развлекательной специфики имеет основное отличие по удовлетворению потребности в удовольствиях (наибольшая острота), а также в новых впечатлениях.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.odnoklassniki.ru



www.my.mail.ru

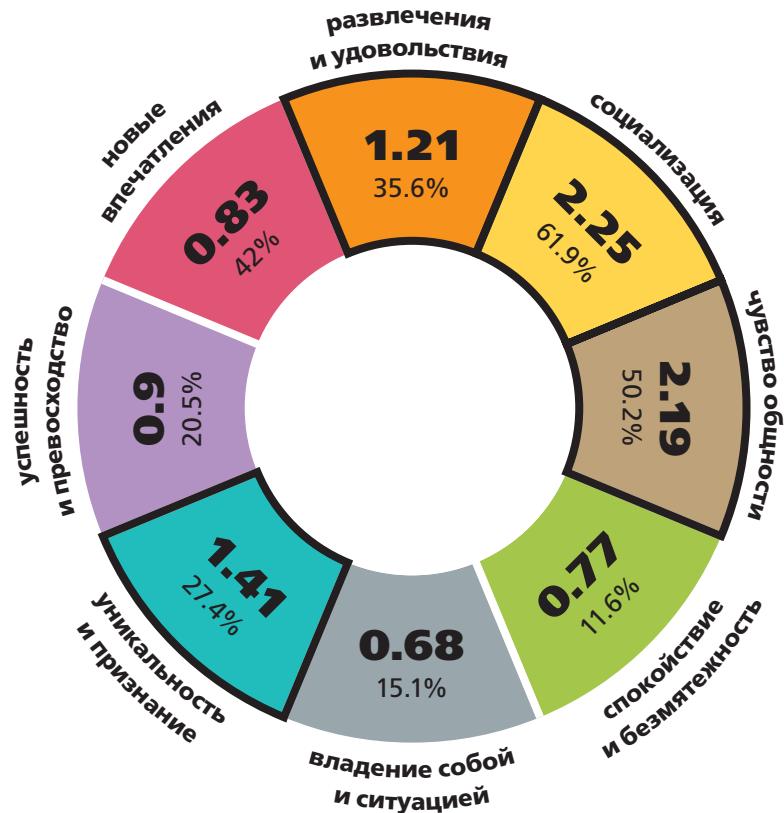


Odnoklassniki.ru, в первую очередь, удовлетворяют потребность в общении и ощущении сопричастности. В меньшей, однако все же значительной степени сайт позволяет выразить/почувствовать уникальность и получить признание.

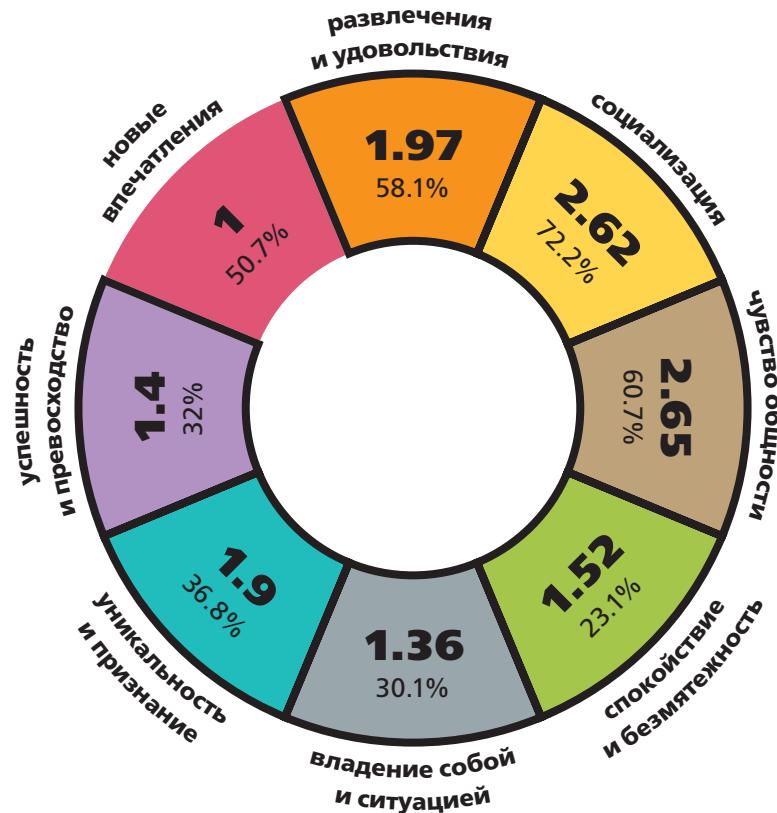
МойМир на mail.ru, в первую очередь, удовлетворяют потребность в общении и ощущении сопричастности. В меньшей, однако все же значительной степени сайт позволяет выразить уникальность и получить признание.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.facebook.ru



www.vkontakte.ru

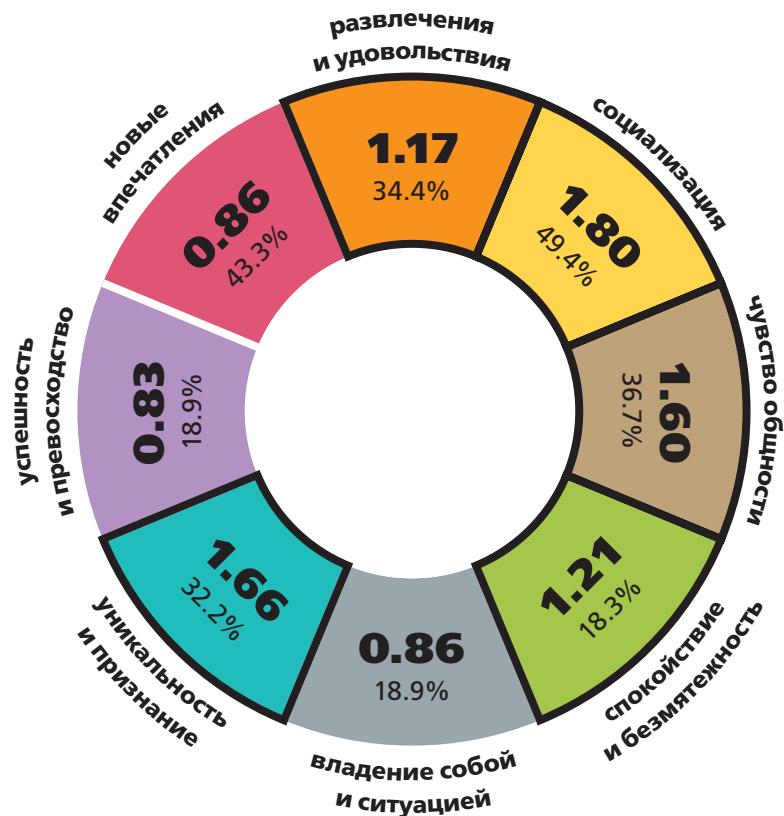


Facebook.com имеет остроту имиджа по социализации, чувству общности и развлечению, одновременно давая возможность выражения и ощущения собственной уникальности.

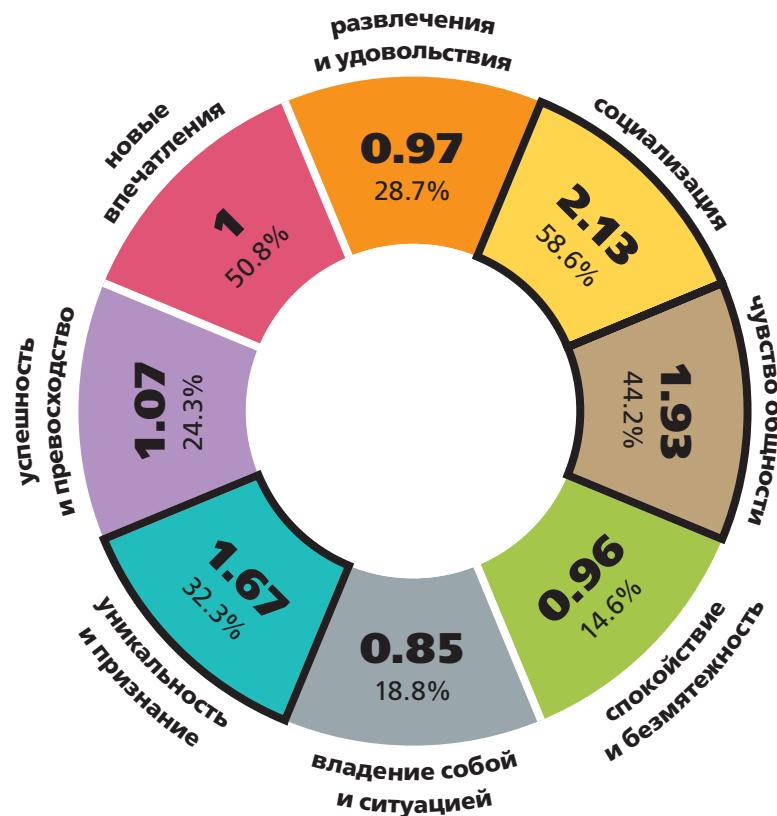
Vkontakte.ru относится к числу немногих сайтов, которые выделяются относительно среднего коэффициента практически по всем эмоциям. Это говорит о высокой лояльности посетителей — они используют платформу для удовлетворения большого количества нужд. Наибольшая острота имиджа сайта выявлена по эмоциям развлечения, социализация и со-причастность, а также выражение собственной уникальности.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.liveinternet.ru



www.livejournal.ru

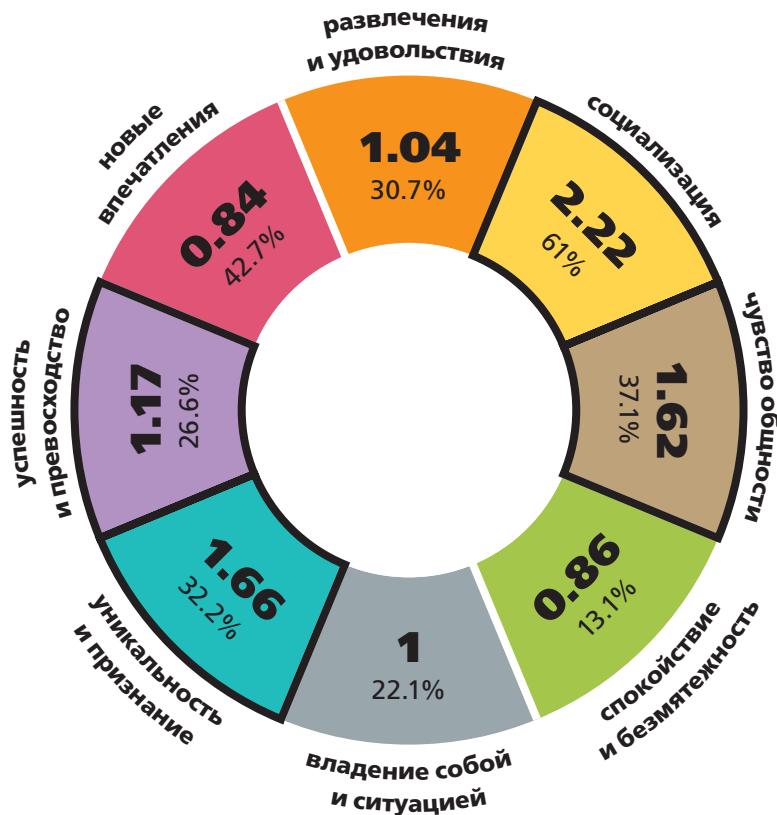


LiveInternet.ru позволяет испытать радость развлечений, социализации, чувство общности. Сайт также позволяет выразить свою уникальность и может дать ощущение спокойствия.

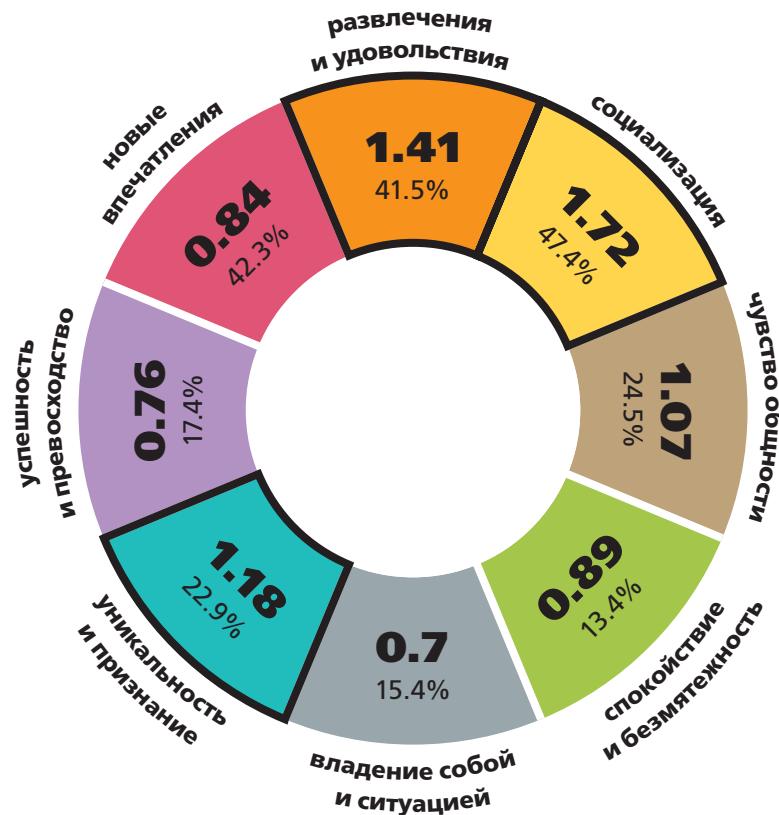
LiveJournal.ru имеет отличие по социализации и чувству общности, с одной стороны, и выражению уникальности, с другой.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.twitter.ru



www.love.mail.ru

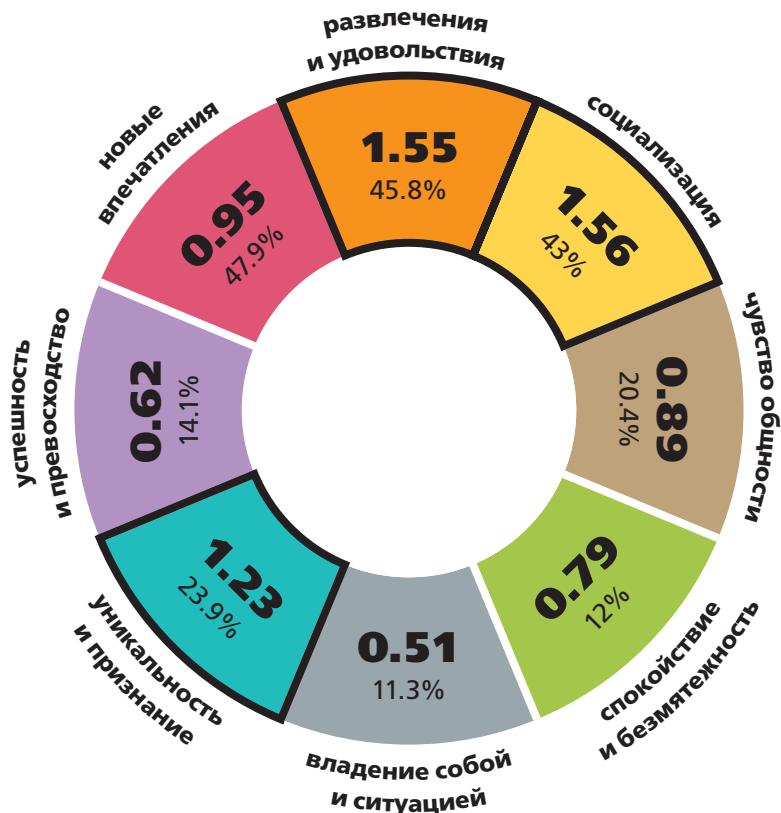


Twitter.ru похож на многие социальные сети потребностями социализации, чувства общности и уникальности, однако также имеет существенное отклонение по чувству успешности и превосходства. Это, может быть, обусловлено либо ощущением того, что портал иностранный, либо тем, что портал часто используют в профессиональных и бизнес-целях.

Знакомства на mail.ru позволяют развлекаться и получать удовольствие, делиться эмоциями с другими и ощущать свою уникальность.

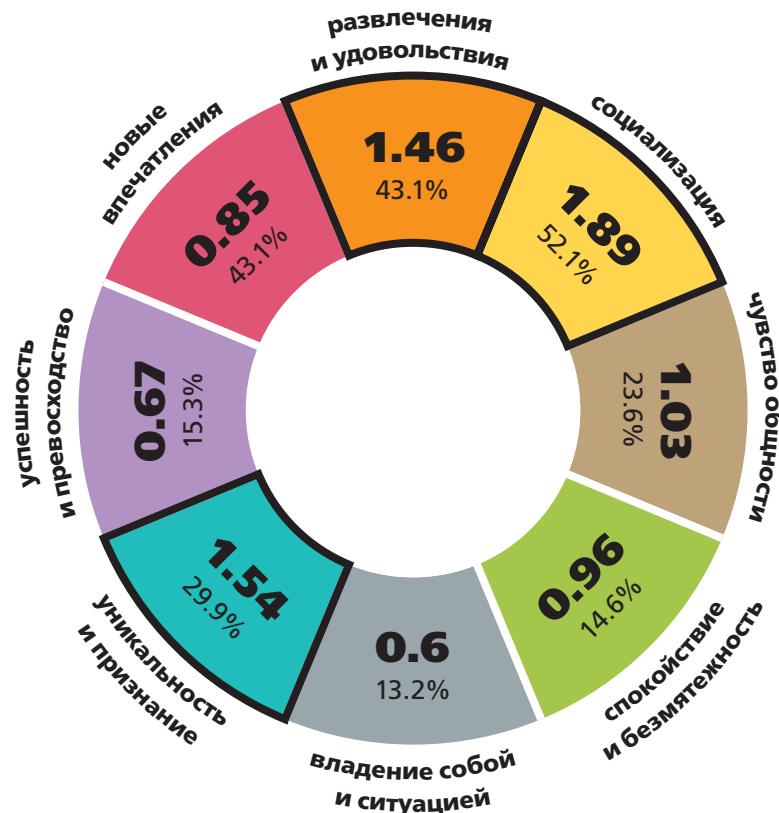
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.mamba.ru



Сайт Mamba.ru позволяет ощущать радость общения, развлекаться и получать удовольствия, а также выражать собственную уникальность.

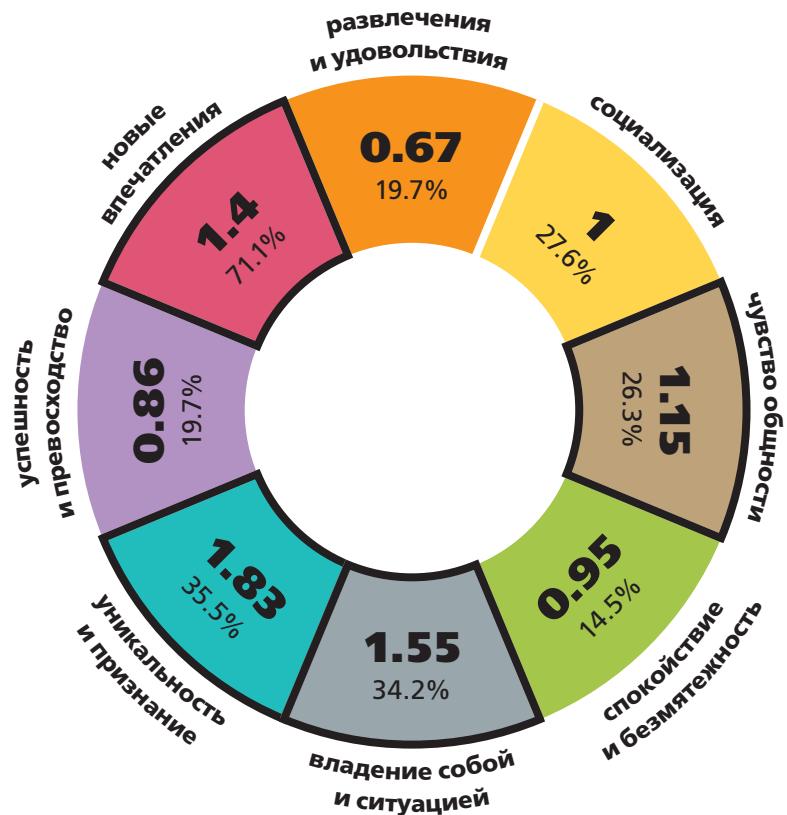
www.loveplanet.ru



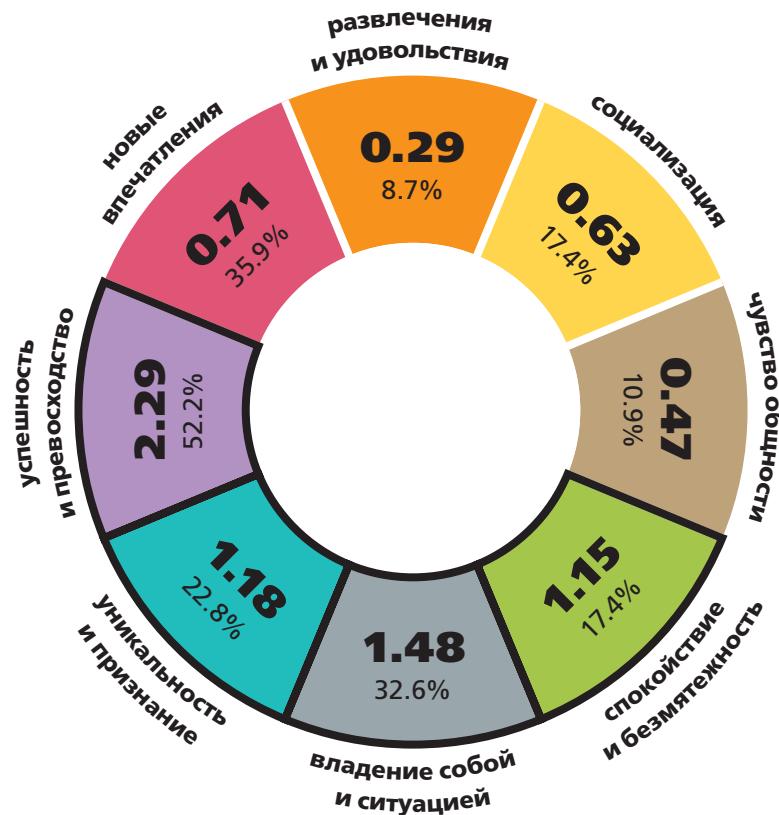
Сайт Loveplanet.ru, как и другие сайты знакомств, позволяет развлекаться, социализироваться с другими и ощущать собственную уникальность.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.expert.ru



www.forbes.ru

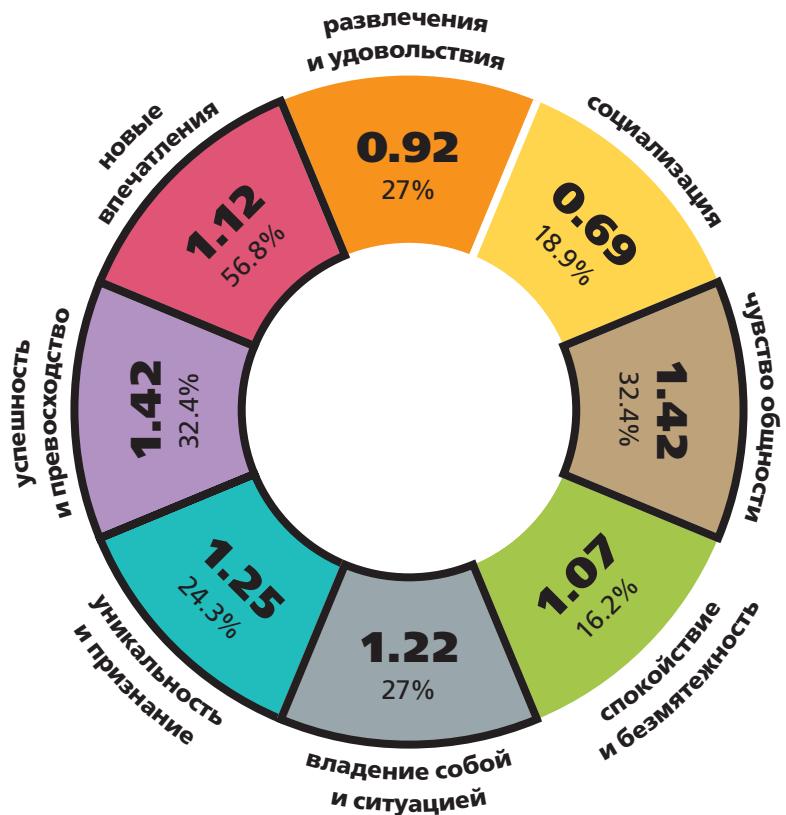


Expert.ru ассоциируется с удовольствием от новых впечатлений, дает ощущение собственной уникальности или помогает выразить ее, а также дает ощущение контроля над ситуацией. В меньшей степени, но все же значительно, сайт дает ощущение общности.

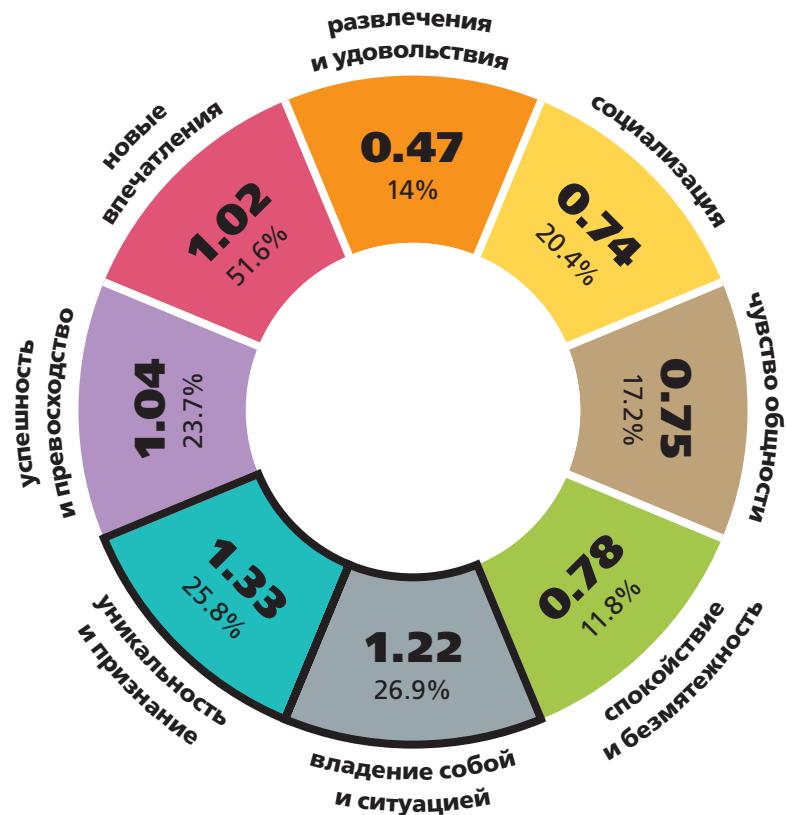
Сайт Forbes.ru в высшей степени выделяется по удовлетворению потребности в ощущении успешности и превосходства. Сайт также дает ощущение уникальности, владения собой и ситуацией и спокойствия.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВОРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.snob.ru



www.echo.msk.ru

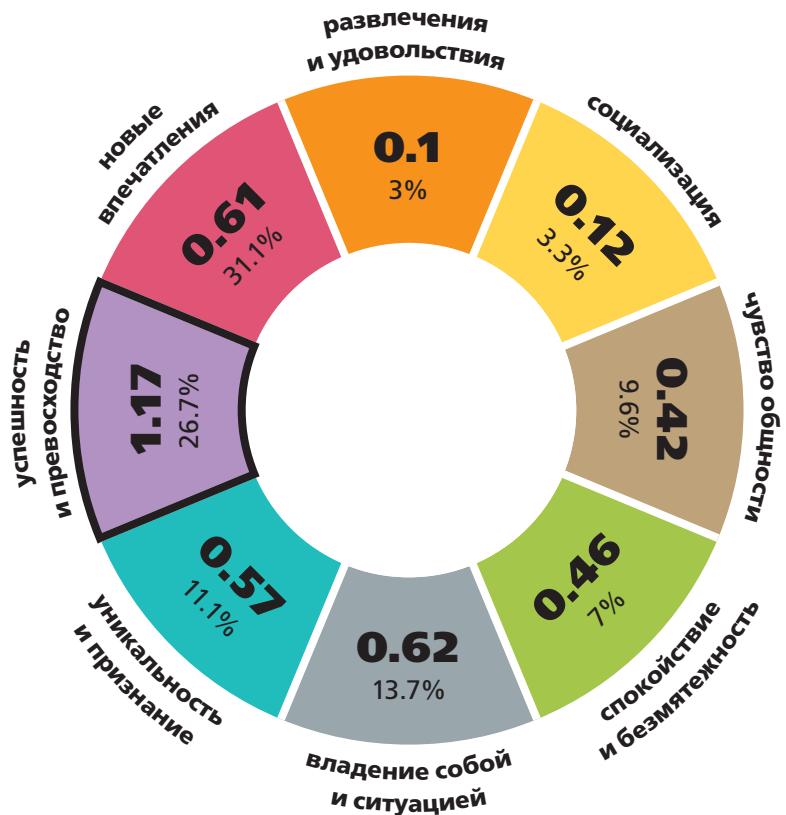


Snob.ru выделяется по всему эгоцентричному спектру эмоций — ощущению уникальности, успешности и, в меньшей степени, по получению новых впечатлений. Сайт также дает ощущение владения ситуацией и ощущение общности.

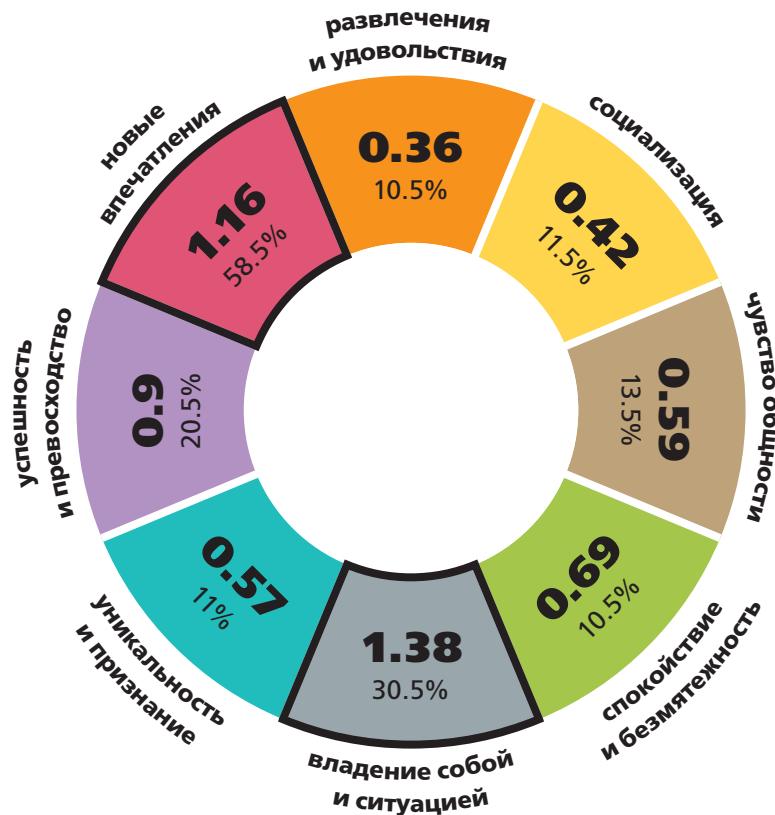
Сайт Echo.msk.ru ассоциируется с ощущением уникальности и контролем над собой и ситуацией.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.kp.ru



www.aif.ru

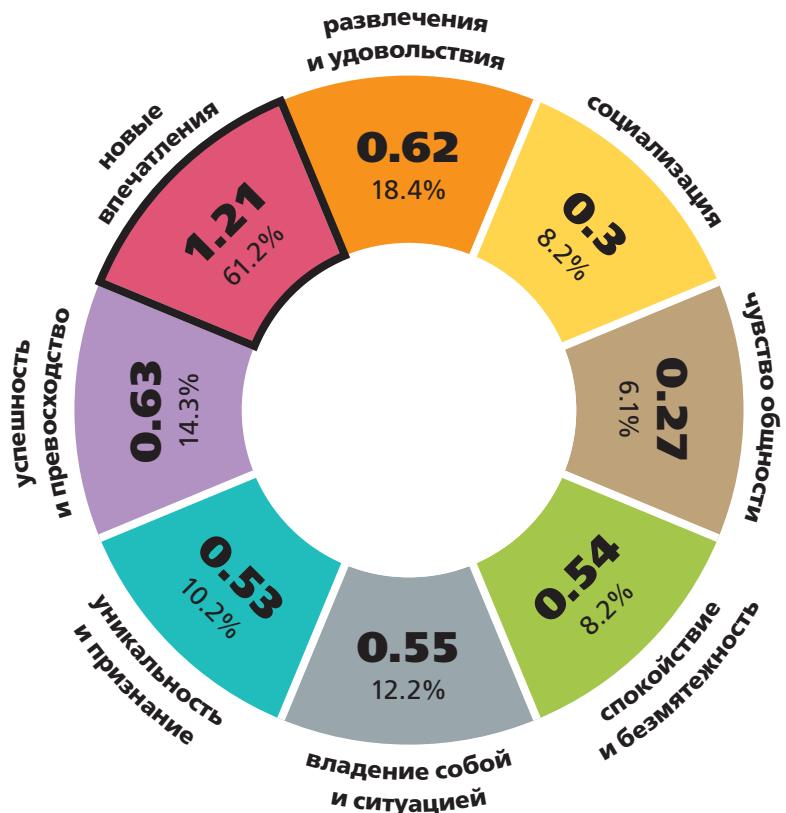


Сайт Kp.ru в значительной степени выделяется только по эмоции успешность и превосходство. Остальные потребности этот сайт удовлетворяет в значительно меньшей степени по сравнению со средним показателем по другим сайтам.

Сайт Aif.ru удовлетворяет потребность в получении новых впечатлений и в ощущении контроля над ситуацией.

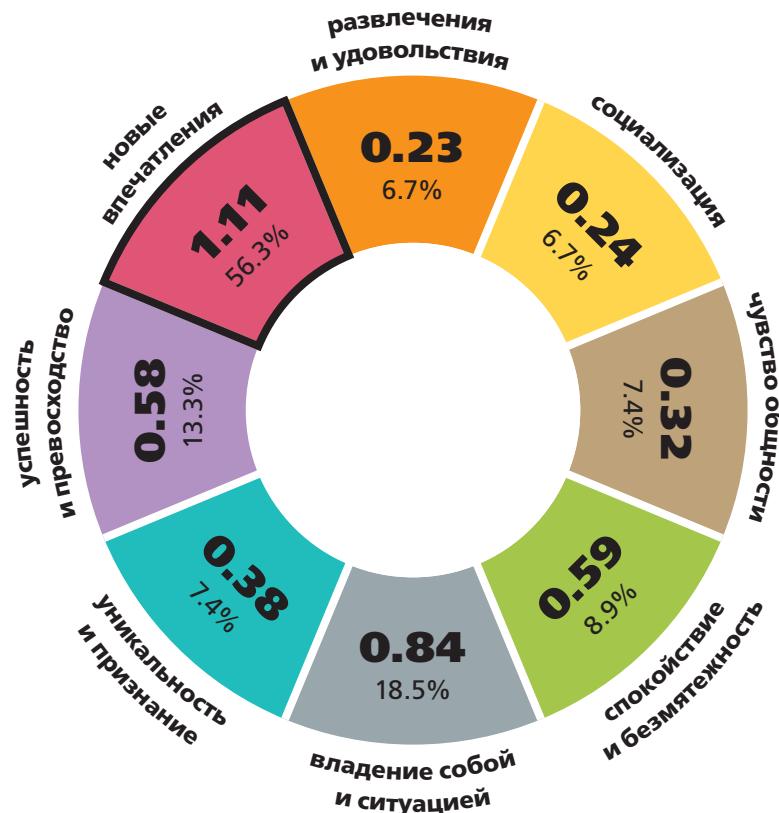
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВОРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.gzt.ru



Посетители Gzt.ru связывают сайт с возможностью открывать что-то новое, получать новые впечатления.

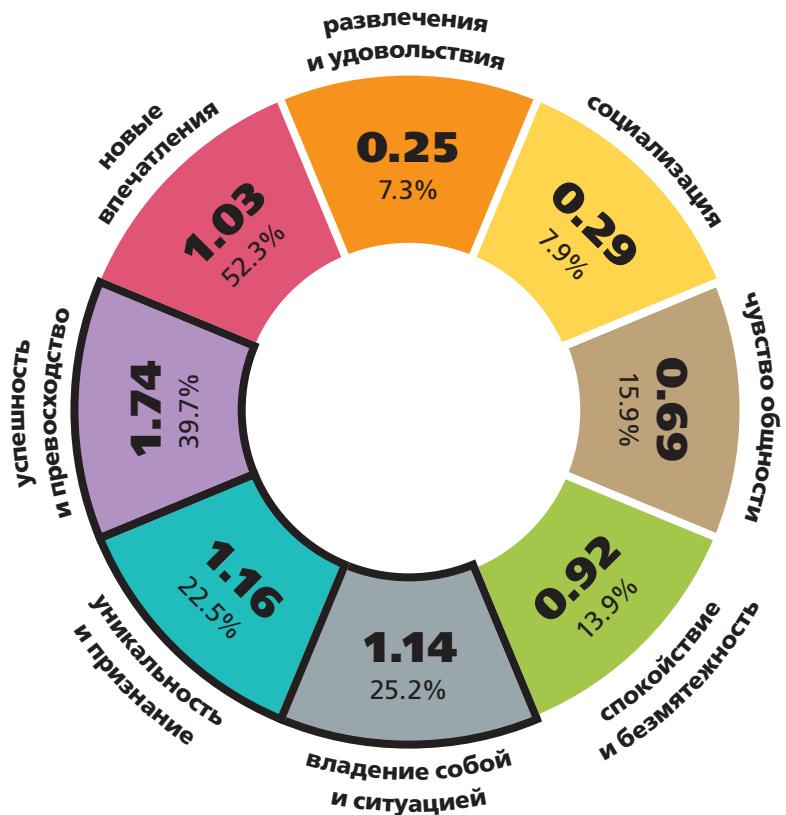
www.gazeta.ru



Сайт Gazeta.ru в некоторой степени выделяется по эмоции новых эмоций и впечатлений. Остальные эмоциональные потребности сайт удовлетворяет на уровне существенно ниже среднего.

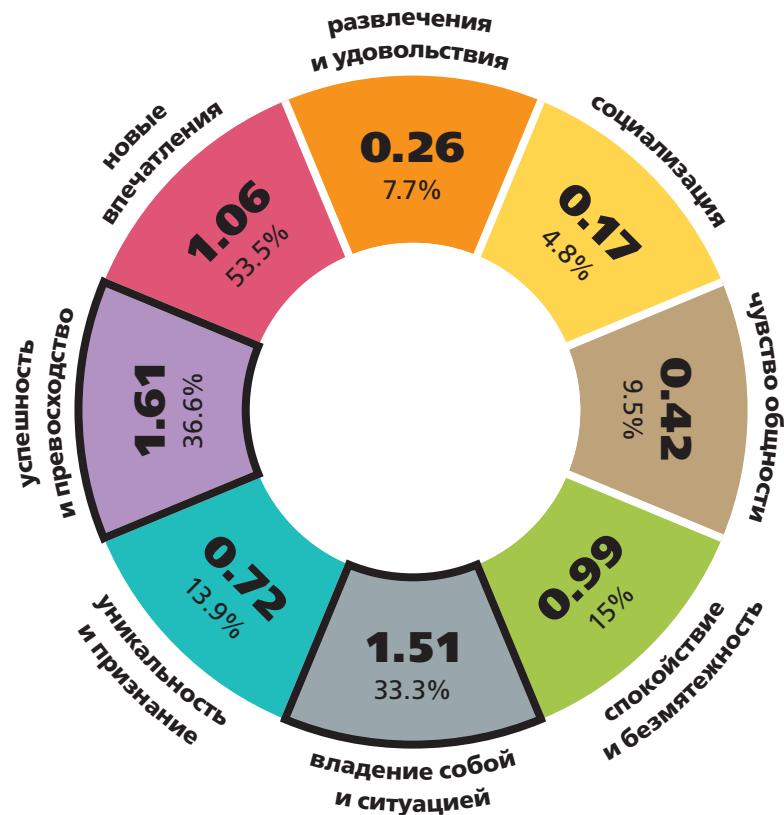
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.kommersant.ru



Сайт Kommersant.ru ассоциируется у своих посетителей с ощущением успешности и превосходства, собственной уникальности и ощущением владения собой и ситуацией.

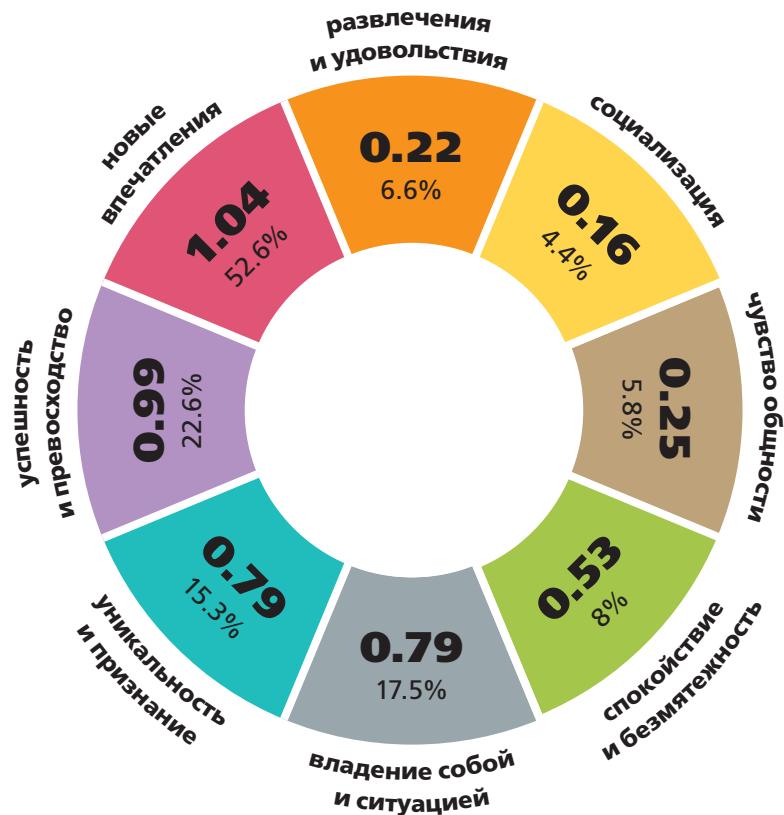
www.rbc.ru



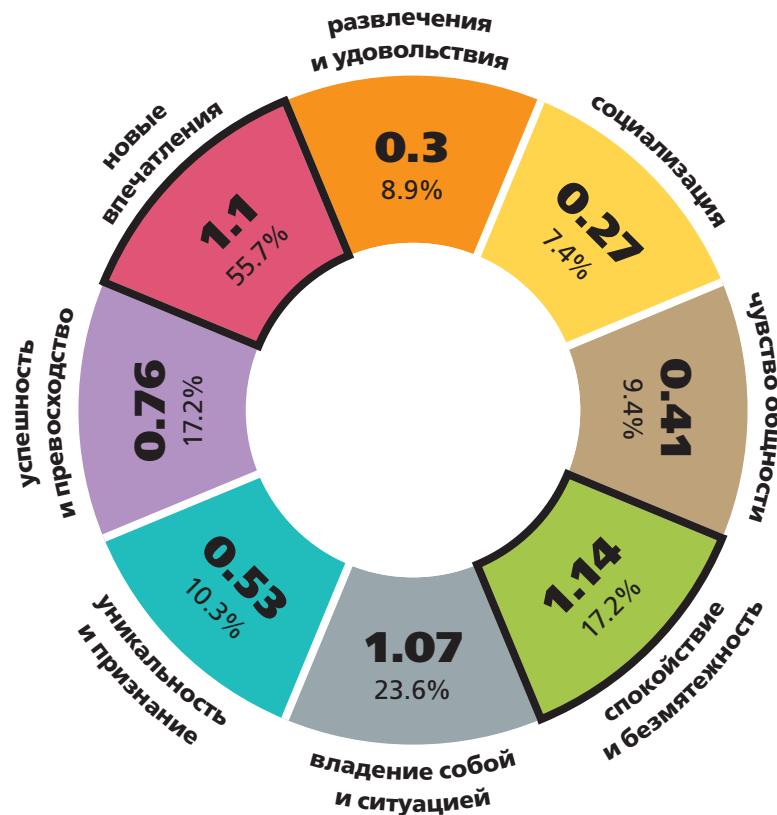
Сайт Rbc.ru позволяет ощутить успешность и превосходство и почувствовать удовольствие от владения собой и ситуацией.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.vedomosti.ru

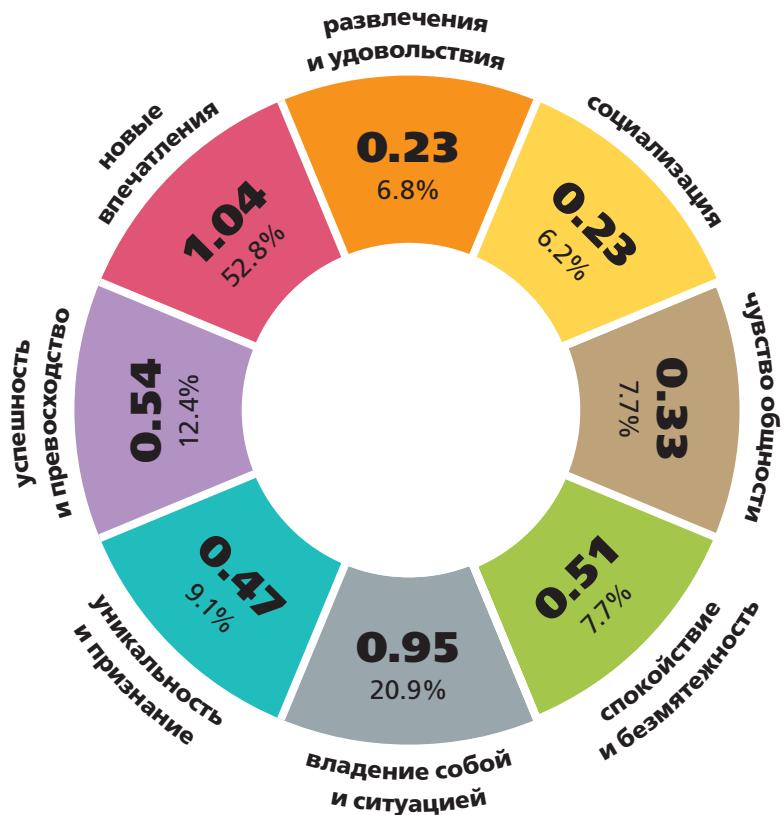


www.vesti.ru



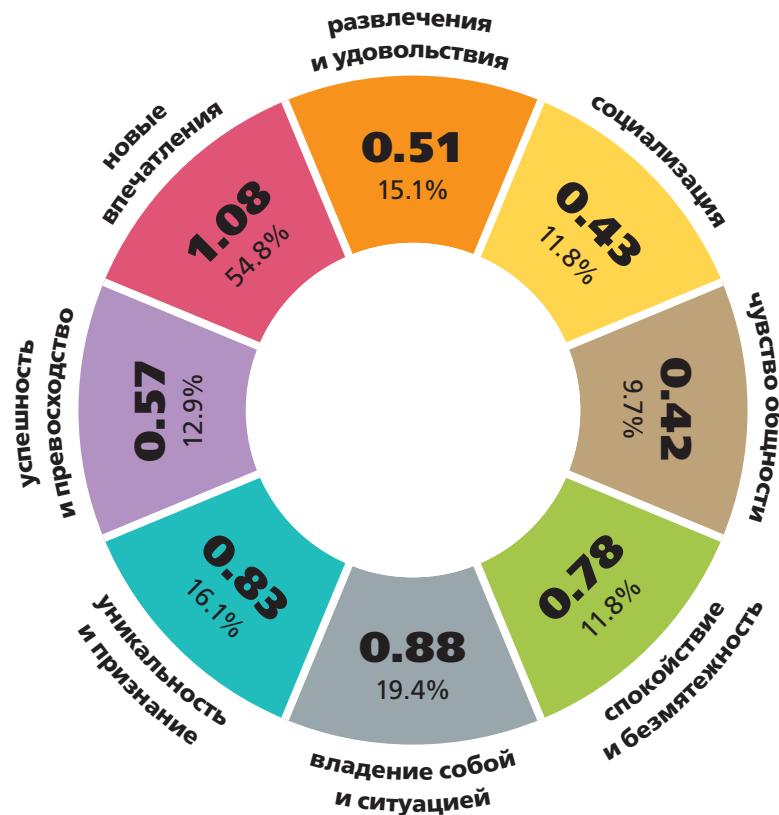
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.lenta.ru



Эмоциональный образ сайта Lenta.ru практически не выделяется на фоне других сайтов. В наибольшей степени этому сайту характерно вызывать ощущение новых впечатлений.

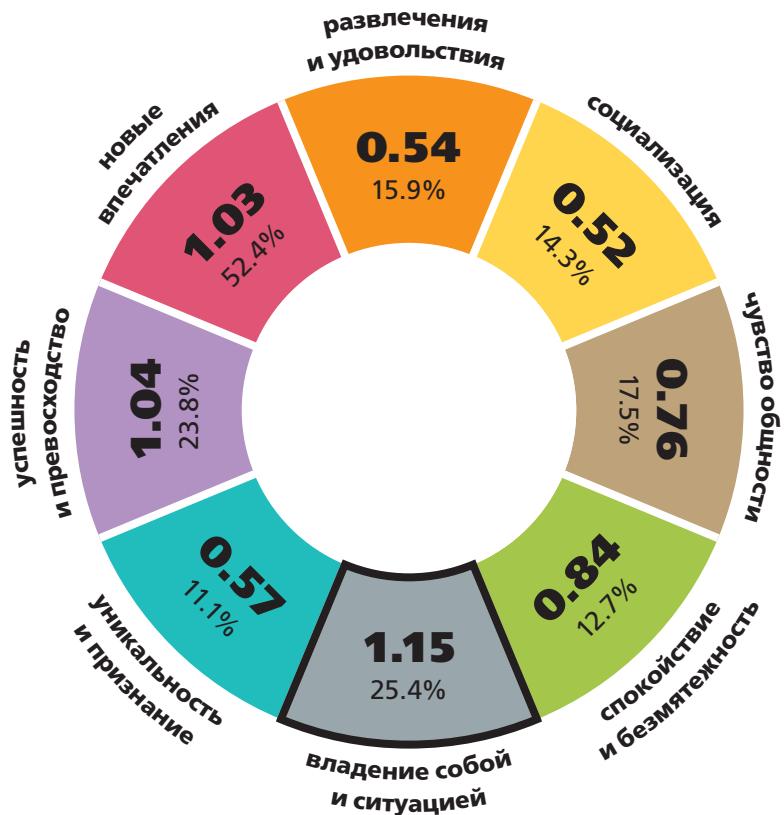
www.utro.ru



Utro.ru как и Lenta.ru, судя по всему, в силу своей довольно базовой функции общего информирования — не выделяется эмоциональным образом. Наиболее типичная для сайта эмоция — ощущение новых впечатлений.

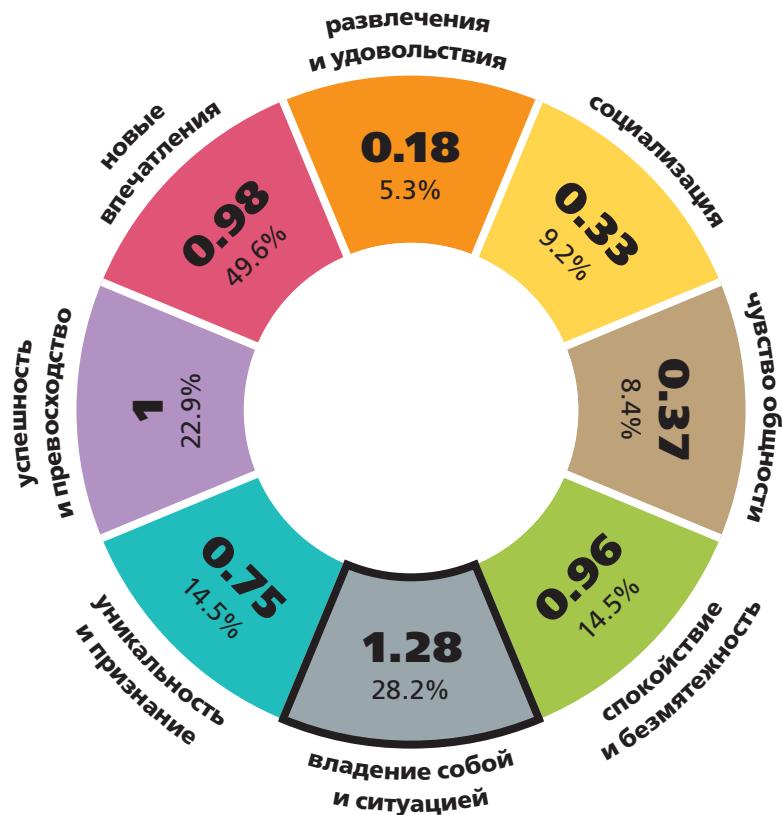
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.pravda.ru



Pravda.ru удовлетворяет потребность своих посетителей в ощущении владения собой и ситуацией.

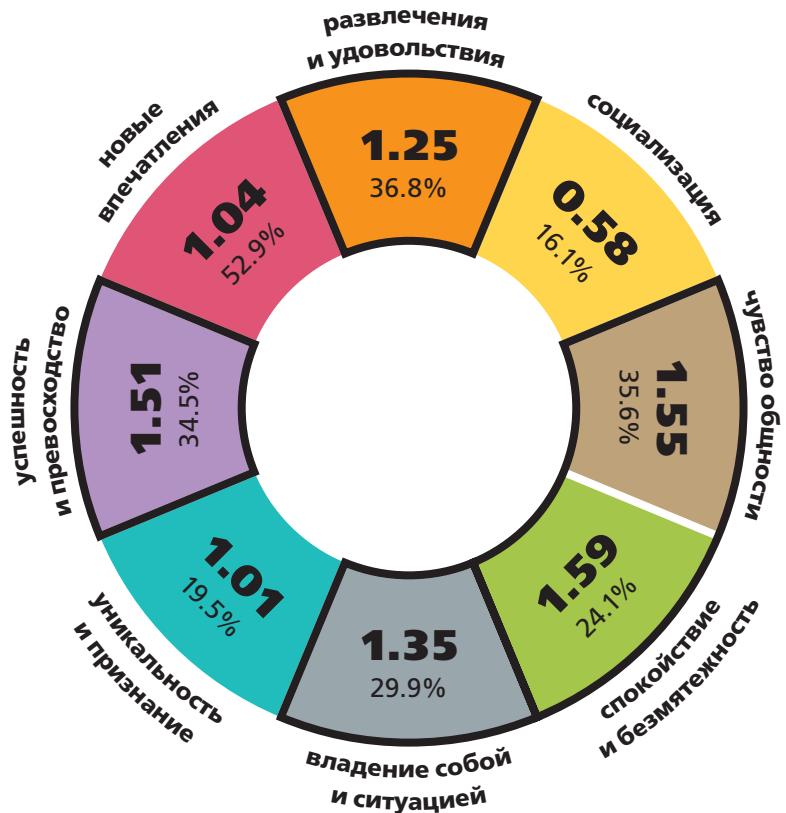
www.rg.ru



Rg.ru имеет заостренный имидж по эмоции контроля над ситуацией.

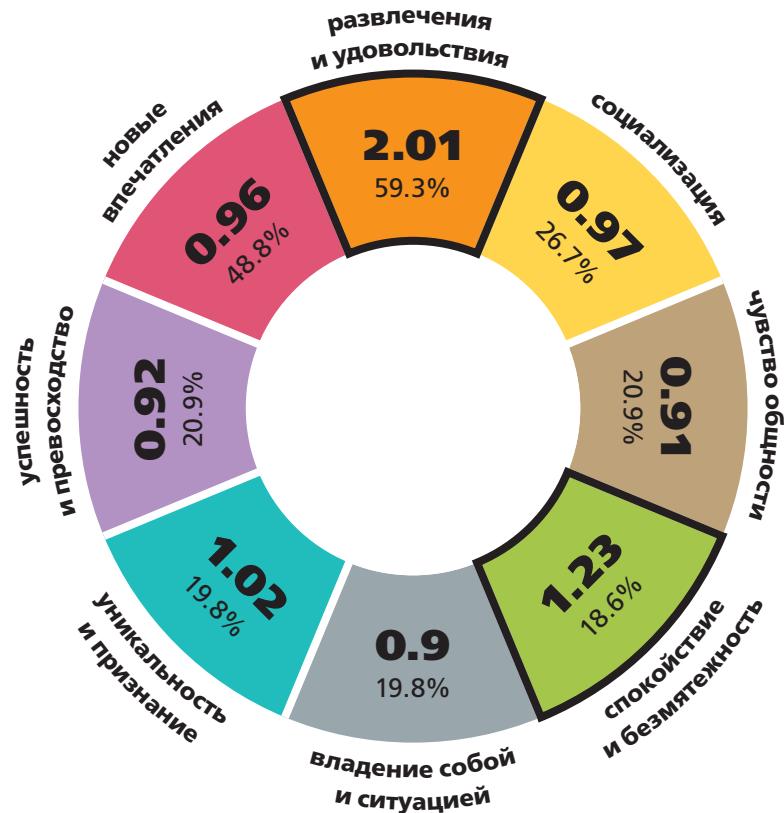
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.mhealth.ru



Сайт Mhealth.ru имеет яркий и одновременно довольно нечеткий имидж — сайт выделяется по эмоции успешности, по эмоции развлечений, а также по блоку эмоций ощущения общности, спокойствия и владения ситуацией. Такая ситуация может быть вызвана разнообразием контента или функционала на сайте.

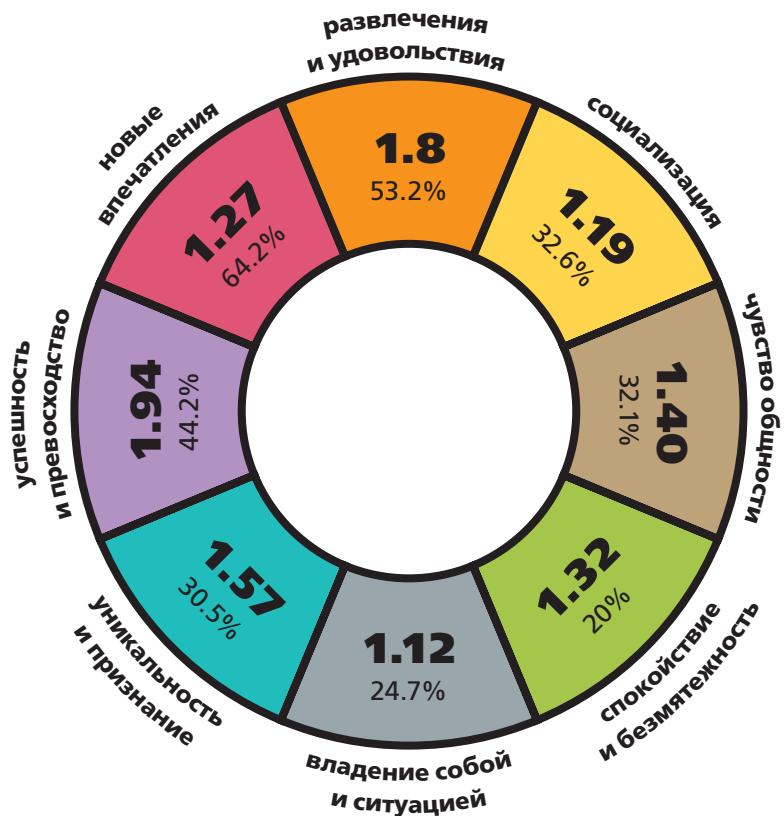
www.maxim.ru



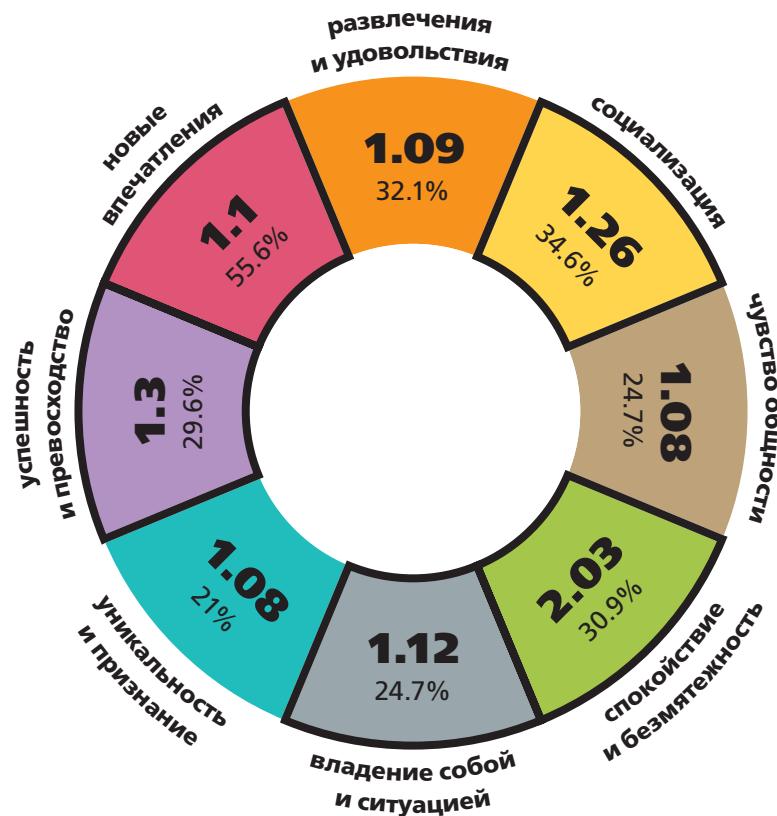
Maxim.ru, в существенной степени, выделяется по эмоции развлечения и удовольствия. Сайт также выше среднего уровня удовлетворяет потребность в спокойствии и безмятежности.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.cosmo.ru



www.woman.ru

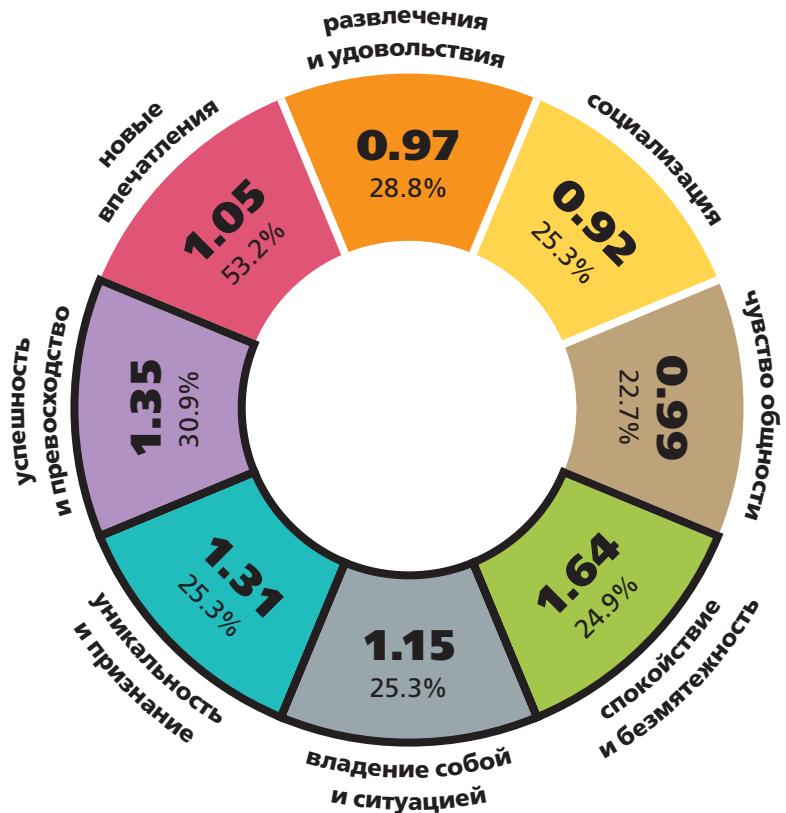


Cosmo.ru превышает средний уровень по каждому эмоциональному аспекту. Это говорит о высокой лояльности к сайту и разнообразии информации или функционала на нем. Наиболее яркие эмоции, которые дает сайт своим посетителям, это развлечения и удовольствия, успешность и превосходство, чувство уникальности и чувство общности.

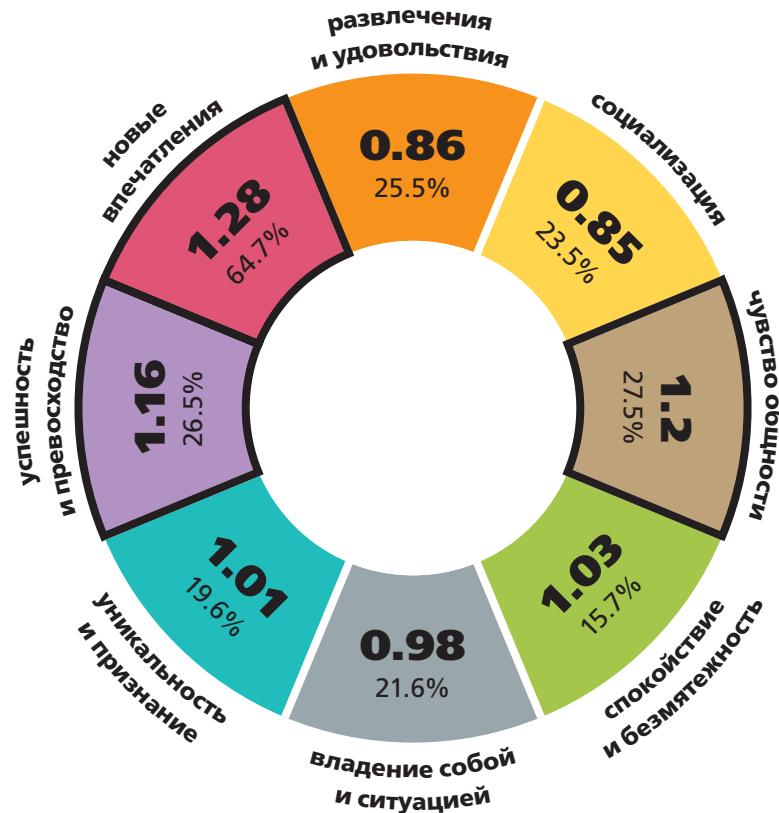
Woman.ru в значительной степени выделяется по эмоциям спокойствия и безмятежности. Сайт также помогает почувствовать контроль над собой и ситуацией, дает возможность социализации и новых впечатлений.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.lady.mail.ru



www.womanjournal.ru

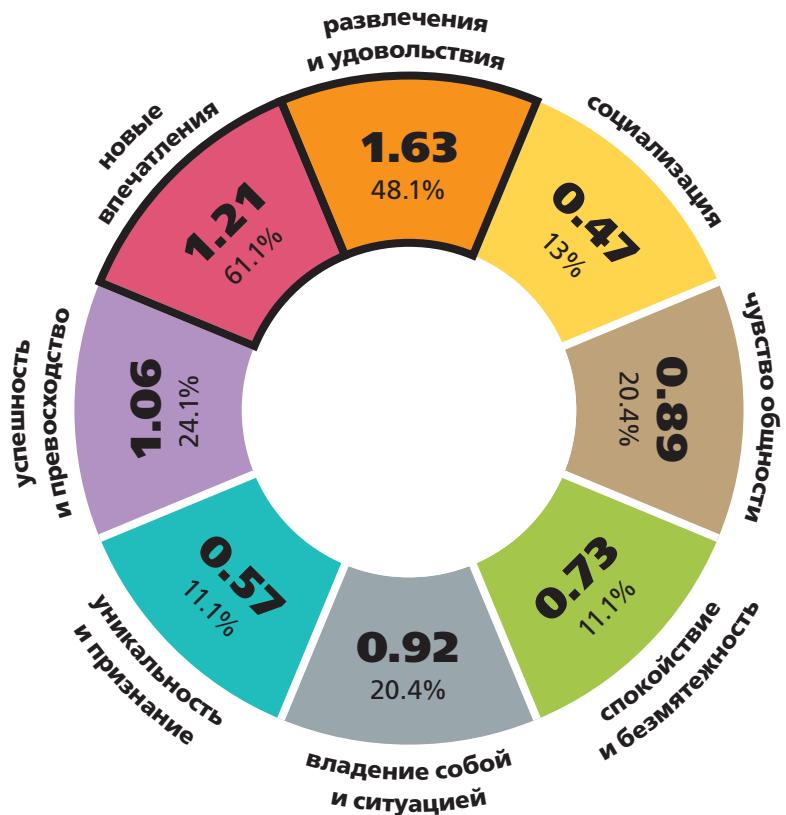


Проект Леди на mail.ru позволяет почувствовать успешность и превосходство, выразить уникальность, ощутить удовольствие о контроля над ситуацией и спокойствие.

Сайт Womanjournal.ru дарит посетителям новые впечатление и ощущение превосходства, а также чувство общности.

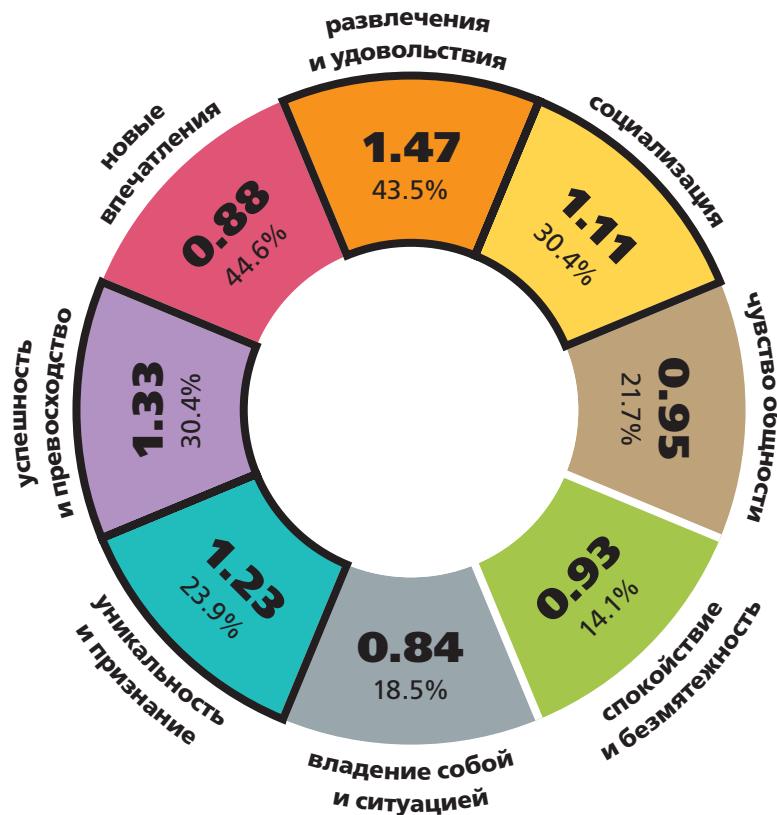
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.passion.ru



Сайт Passion.ru ассоциируется у посетителей с радостью новых впечатлений, развлечениями и удовольствием.

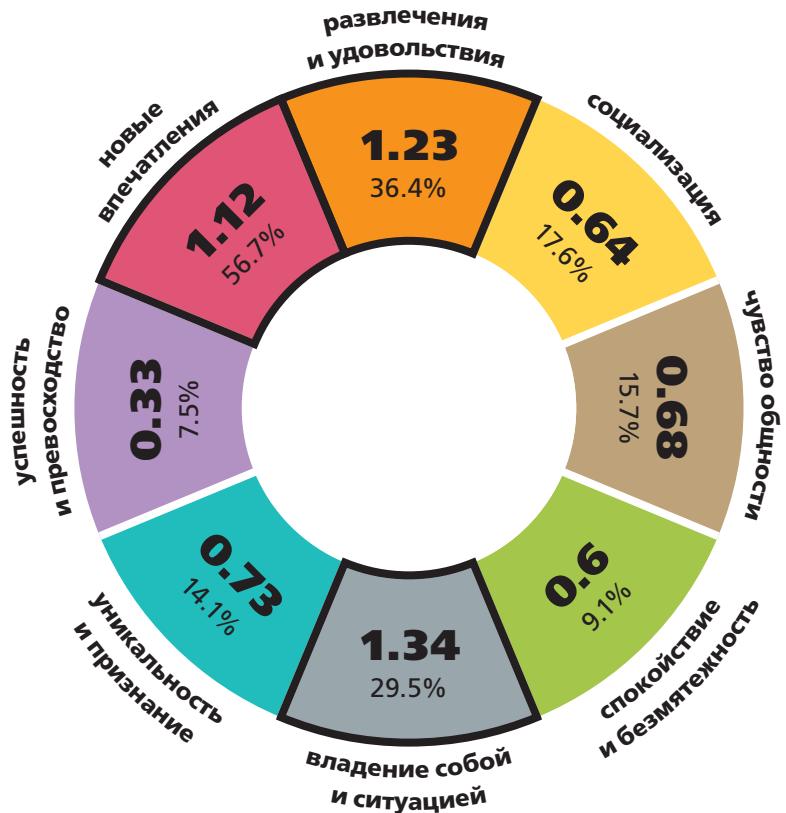
www.promodj.ru



Сайт Promodj.ru удовлетворяет потребность в социализации и развлечениях, а также дает ощущение успешности и уникальности.

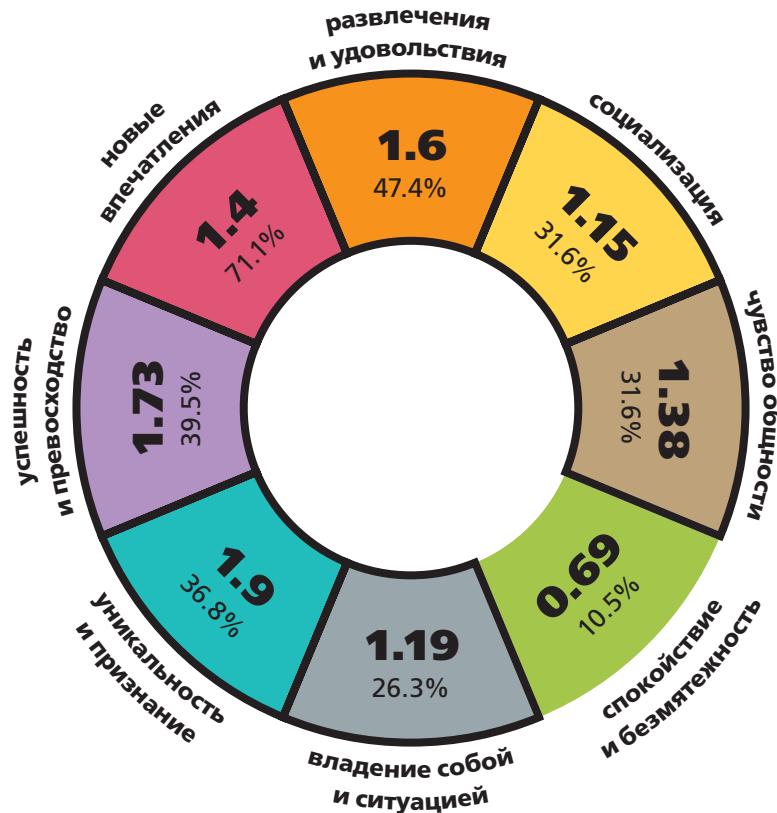
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.afisha.ru



Сайт Afisha.ru удовлетворяет потребность в развлечениях и новых впечатлениях, а также ассоциируется с чувством владения собой и ситуацией.

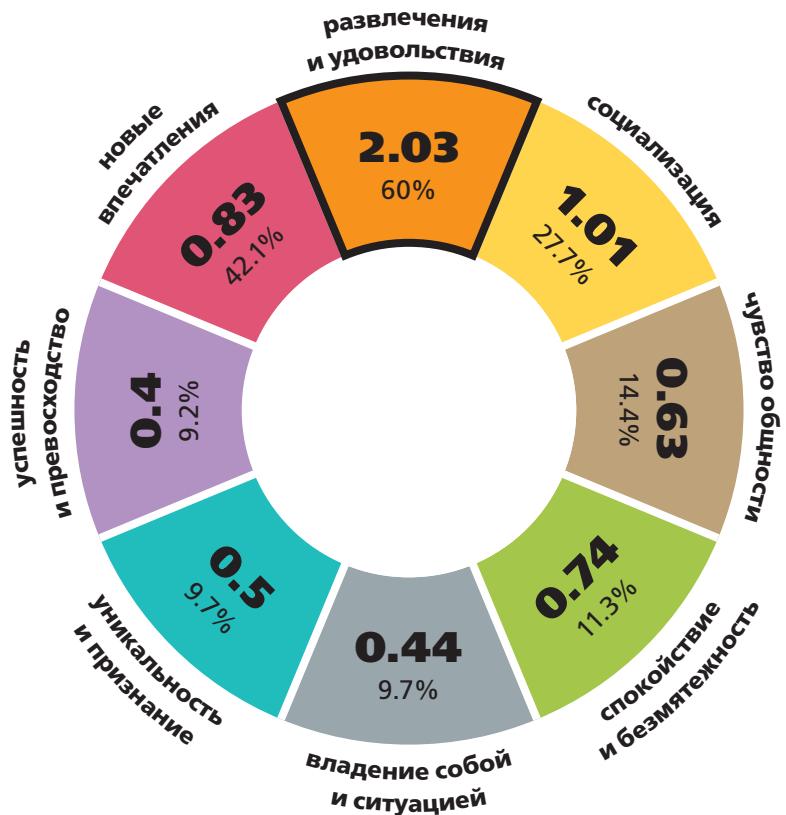
www.lookatme.ru



Сайт Lookatme.ru относится к сайтам, чей эмоциональный образ превышает средний уровень практически по всему спектру эмоций. Это говорит о высокой эмоциональной лояльности посетителей к сайту, а также о разнообразии контента и/или функций на сайте. Наиболее острый имидж сайта — по эмоциям уникальность и признание, успешность и превосходство, развлечения и удовольствия.

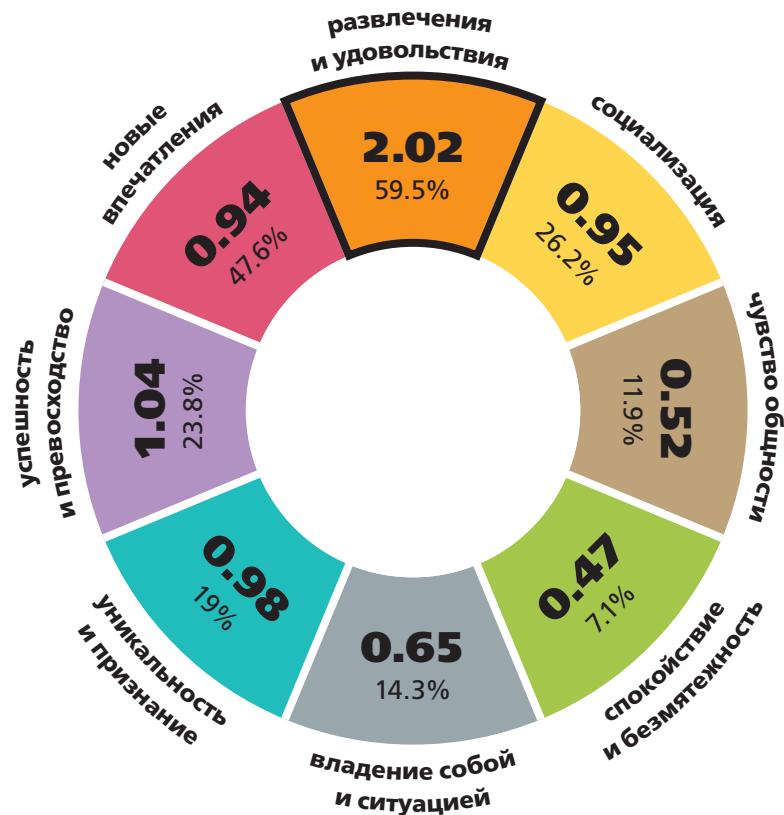
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.smotri.ru



Сайт Smotri.com четко ассоциируется с одной единственной эмоцией — развлечения и удовольствия.

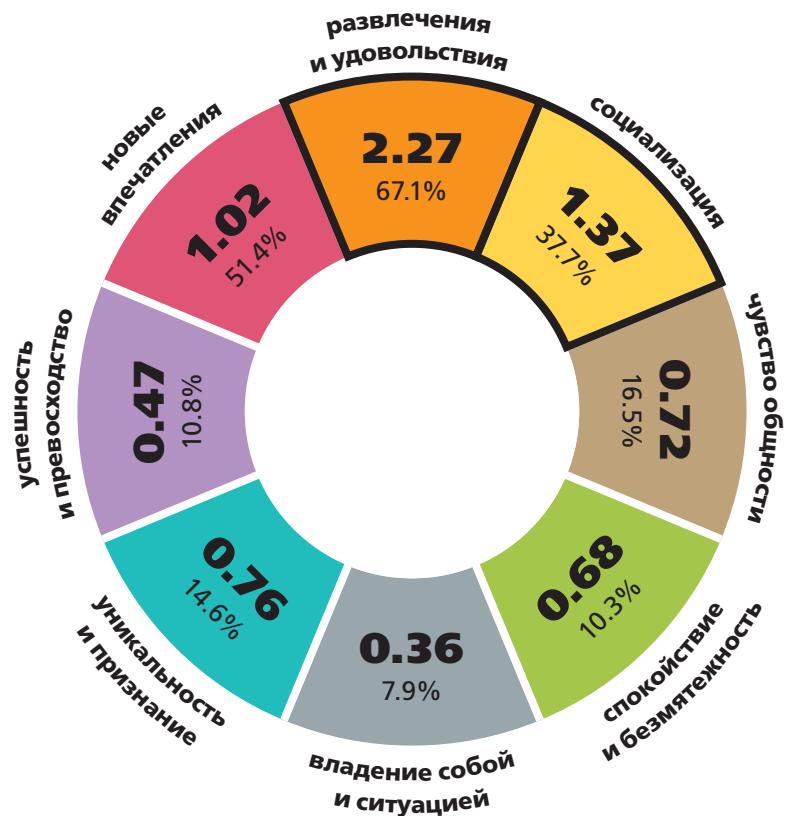
www.tvigle.ru



Сайт Tvigle.ru существенно ассоциируется только с одной эмоциональной потребностью — развлечения и удовольствия.

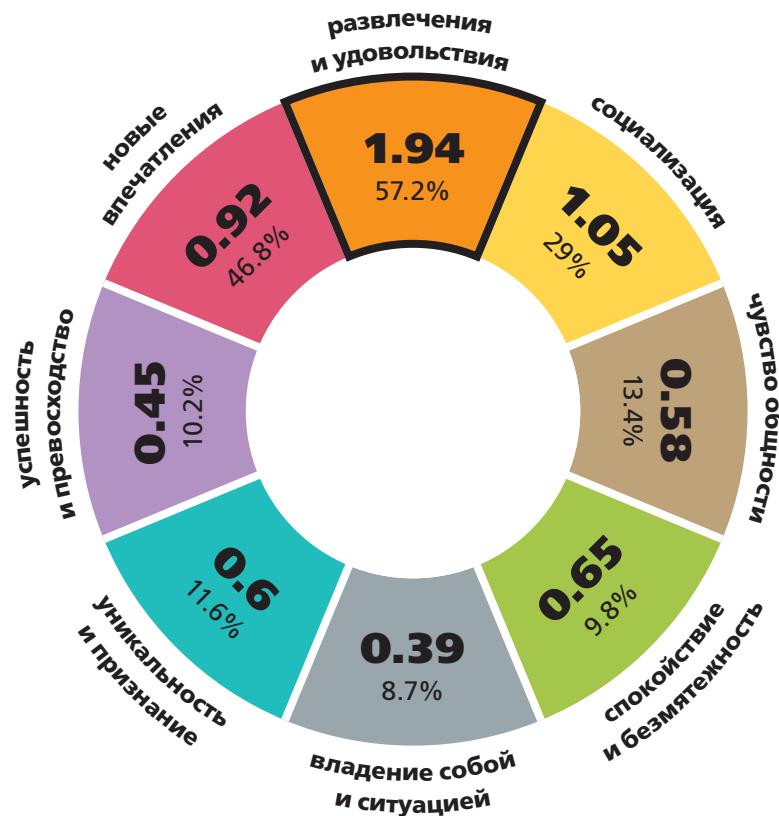
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.youtube.ru



Сайт Youtube.ru удовлетворяет потребность в развлечении и удовольствии, а также социализации — обмену эмоциями с другими.

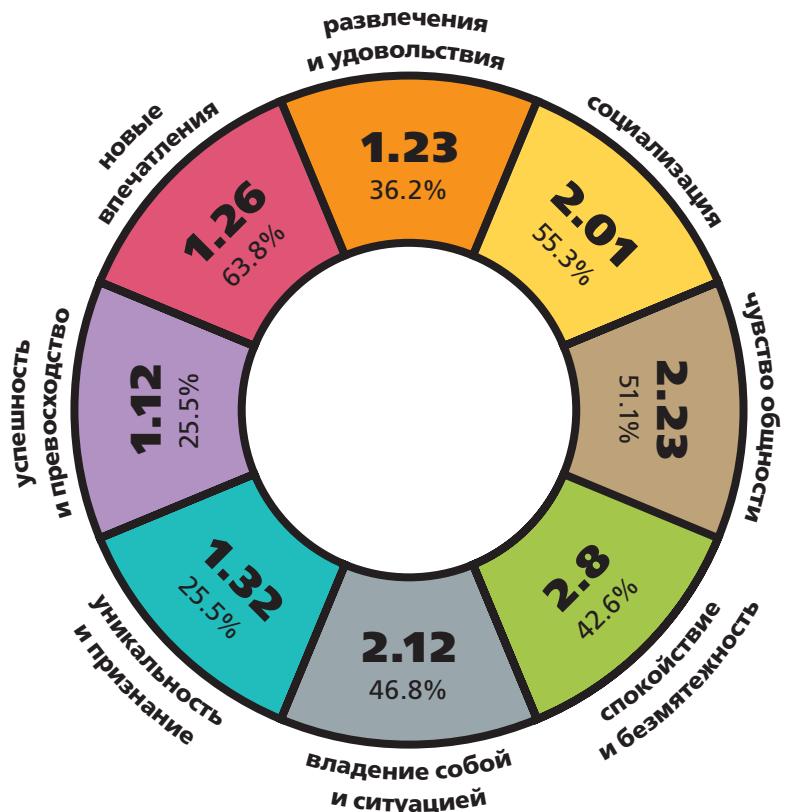
www.rutube.ru



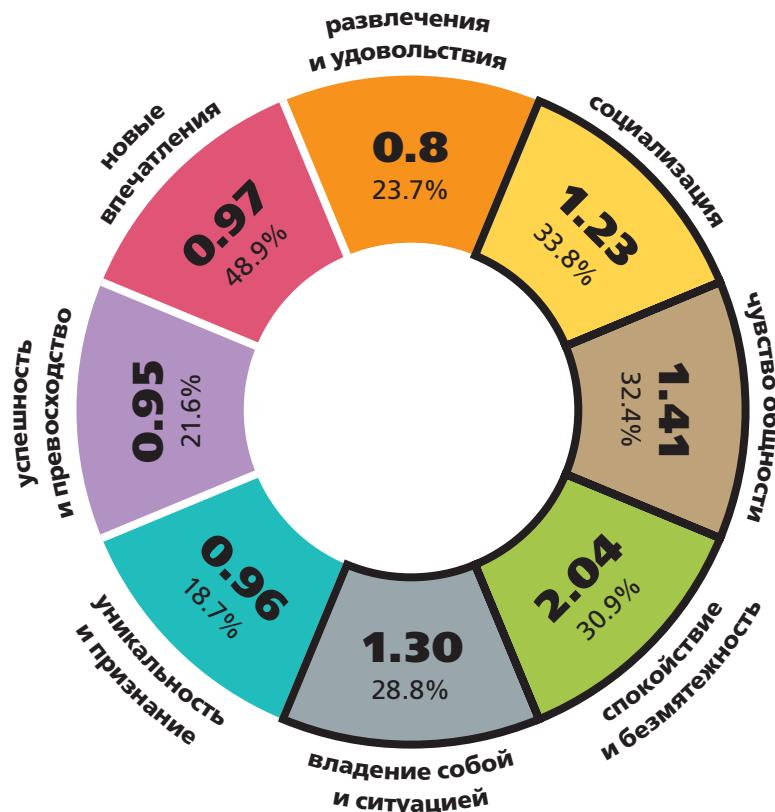
Сайт Rutube.ru существенно выделяется относительно среднего уровня по эмоции развлечения и удовольствия.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.babyblog.ru



www.deti.mail.ru

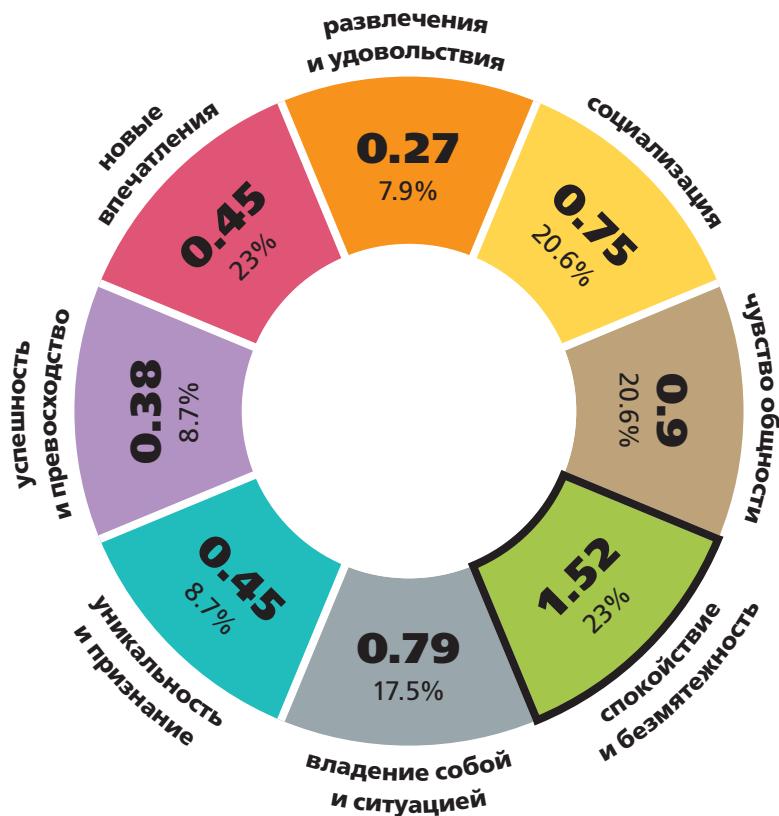


Babyblog.ru относится к сайтам, эмоциональный образ которых превышает средний уровень по всему спектру эмоций, это говорит о высокой эмоциональной лояльности посетителей к сайту, а также о разнообразии контента/функционала на нем. Наиболее острый имидж у сайта по потребностям в социализации, общности, ощущению спокойствия и контроля над собой и ситуацией.

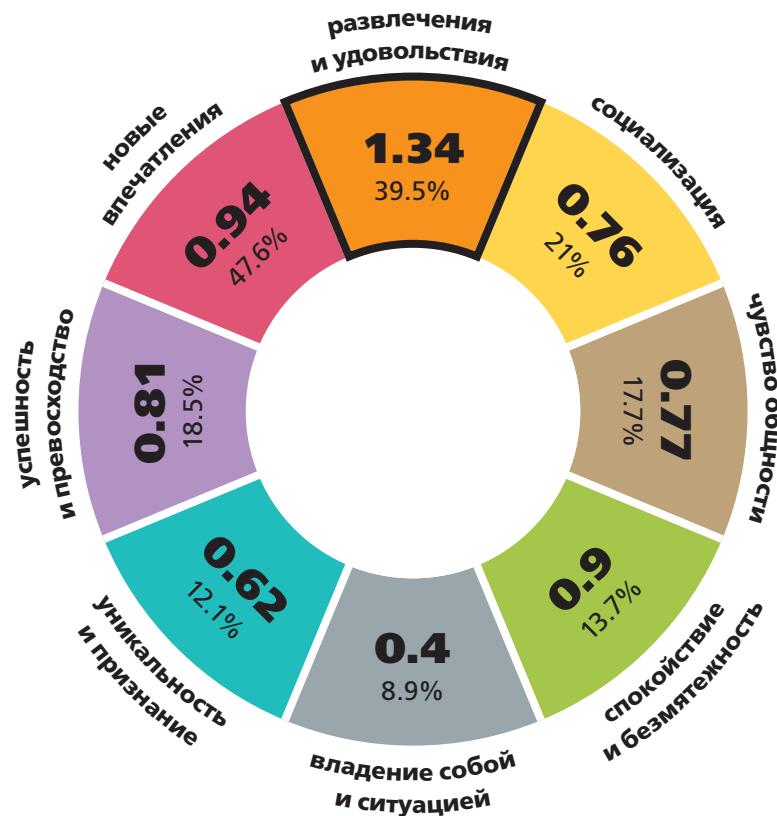
Сайт Deti.mail.ru имеет яркий имидж по эмоциям владение собой и ситуацией, спокойствие и безмятежность, чувство общности и социализации.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

www.championat.ru



www.sportbox.ru

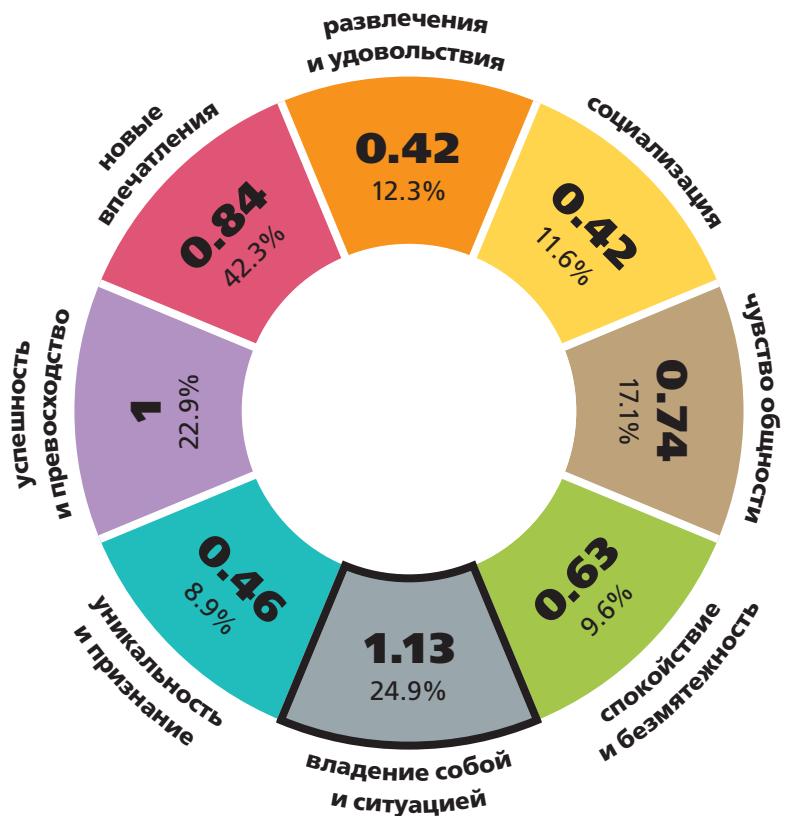


Championat.ru по результатам исследования получил весьма интересные показатели — по мнению респондентов, данный сайт помогает им ощутить спокойствие и безмятежность. Данная эмоция при этом является единственной для данного сайта, отличной от средних показателей.

Для сайта Sportbox.ru оказались свойственны эмоции, связанные с развлечением и удовольствием.

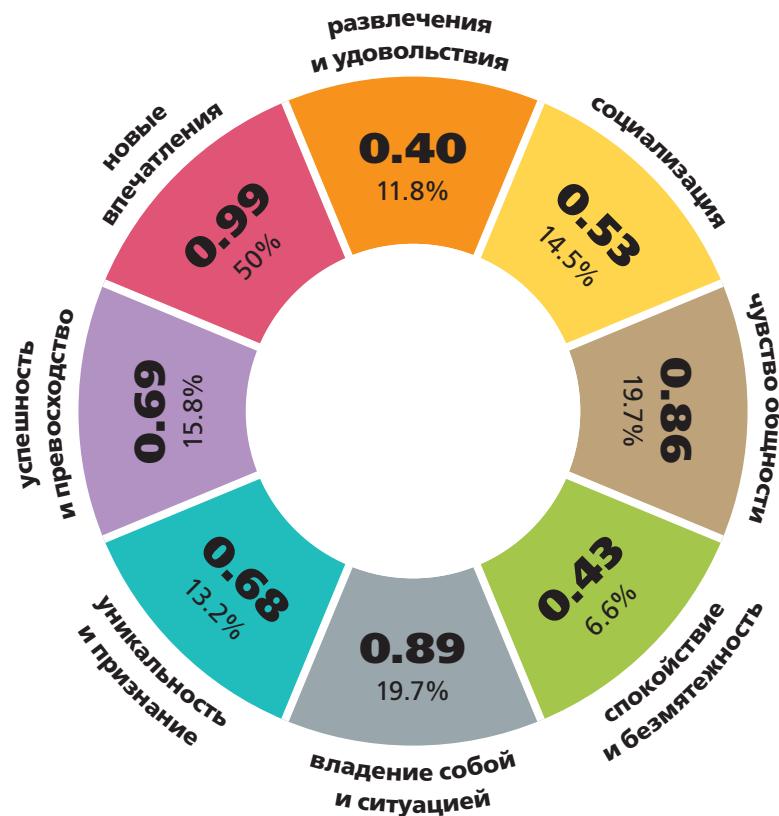
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
 - 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
 - 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
 - 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

www.auto.ru



Auto.ru — сайт, позволяющий ощутить удовольствие от владения собой и ситуацией.

www.autorambler.ru



Сайт Autorambler.ru не выделяется относительно среднего уровня ни по одной из эмоций. Для сайта типично удовлетворять потребность своих посетителей в новых впечатлениях.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
► 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

На этом листе приведен рейтинг топ 10 платформ по каждой эмоциональной потребности. Процент, как и в круговых диаграммах, соответствует количеству людей, отметивших, что данный сайт удовлетворяет данную потребность. Этот лист особенно удобен для быстрого подбора нескольких подходящих для вашего бренда сайтов для последующей оценки условий размещения на них.

чувство общности (%)

Vkontakte.ru	60.7
Odnoklassniki.ru	57.0
Babyblog.ru	51.1
Facebook.com	50.2
Mail.ru Мой мир	44.6
LiveJournal.com	44.2
Twitter.com	37.1
LiveInternet.ru	36.7
Mhealth.ru	35.6
Snob.ru	32.4
Mail.ru Дети	32.4

развлечения и удовольствия (%)

YouTube.com	67.1
Smotri.com	60.0
Tvigle.ru	59.5
Maximonline.ru	59.3
Vkontakte.ru	58.1
Rutube.ru	57.2
Cosmo.ru	53.2
Passion.ru	48.1
Lookatme.ru	47.4
Mamba.ru	45.8
Promodj.ru	43.5

социализация (%)

Vkontakte.ru	72.2
Odnoklassniki.ru	63.1
Facebook.com	61.9
Twitter.com	61.0
LiveJournal.com	58.6
Mail.ru Мой мир	57.4
Babyblog.ru	55.3
Loveplanet.ru	52.1
LiveInternet.ru	49.4
Mail.ru Знакомства	47.4
Mamba.ru	43.0

的独特性和承认 (%)

Lookatme.ru	36.8
Vkontakte.ru	36.8
Expert.ru	35.5
LiveJournal.com	32.3
LiveInternet.ru	32.2
Twitter.com	32.2
Cosmo.ru	30.5
Loveplanet.ru	29.9
Facebook.com	27.4
Echomsk.ru	25.8
Odnoklassniki.ru	25.6

успешность и превосходство (%)

Forbes.ru	52.2
Cosmo.ru	44.2
Kommersant.ru	39.7
Lookatme.ru	39.5
RBC.ru	36.6
Mhealth.ru	34.5
Yandex.ru	33.6
Snob.ru	32.4
Vkontakte.ru	32.0
Mail.ru Леди	30.9
Promodj.ru	30.4

новые впечатления (%)

Expert.ru	71.1
Lookatme.ru	71.1
WomanJournal.ru	64.7
Cosmo.ru	64.2
Babyblog.ru	63.8
Yandex.ru	61.5
Gzt.ru	61.2
Passion.ru	61.1
Aif.ru	58.5
Kinopoisk.ru	57.9
Snob.ru	56.8

РЕЙТИНГ САЙТОВ ПО МАКСИМАЛЬНОМУ ИНДЕКСУ «ВЫПУКЛОСТИ» ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ПОРТРЕТА

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

И_{эп} — индекс «выпуклости» эмоционального портрета сайта, Для составления рейтинга у каждого сайта выбирается И_{эп} по эмоции, в которой сайт в большей степени выделяется.

Сайты с одинаковыми индексами приведены в алфавитном порядке.

Рейтинг возглавляет сайт Babyblog.ru. В числе лидеров — также сайты с более широким охватом и тематикой — социальные сети, Twitter.com и Forbes.ru.

Сайты с индексом 1 — 1.1 сложно назвать выделяющимися по эмоциональному образу. Для посетителей эти сайты обладают базовой функциональной выгодой, но не несут добавленной эмоциональной ценности.

Все остальные сайты в той или иной степени имеют выделяющийся эмоциональный облик, его особенность можно посмотреть в круговой диаграмме по каждому сайту (выше), однако так или иначе, приходя на такую платформу, бренд вступает во взаимодействие с эмоциональной средой, естественной для данного портала, и при правильном подборе сайта может выиграть от партнерства с ним.

сайт	И _{эп}
Babyblog.ru	2.8
Vkontakte.ru	2.6
Odnoklassniki.ru	2.4
YouTube.com	2.3
Facebook.com	2.3
Forbes.ru	2.3
Twitter.com	2.2
LiveJournal.com	2.1
Mail.ru Мой мир	2.1
Smotri.com	2.0
Mail.ru Дети	2.0
Tvigle.ru	2.0
Woman.ru	2.0
Maximonline.ru	2.0
Rutube.ru	1.9
Cosmo.ru	1.9
Loveplanet.ru	1.9
Lookatme.ru	1.9
LiveInternet.ru	1.8
Expert.ru	1.8
Mail.ru Знакомства	1.7
Kommersant.ru	1.7
Passion.ru	1.6
Mail.ru Леди	1.6
RBC.ru	1.6
Mamba.ru	1.6
Mhealth.ru	1.6
Mail.ru	1.5
Championat.ru	1.5
Yandex.ru	1.5
Promodj.ru	1.5
Kinopoisk.ru	1.4
Snob.ru	1.4
Aif.ru	1.4
Afisha.ru	1.3
Sportbox.ru	1.3
Echomsk.ru	1.3
RG.ru	1.3
WomanJournal.ru	1.3
Gzt.ru	1.2
Pravda.ru	1.2
KP.ru	1.2
Auto.ru	1.1
Vesti.ru	1.1
Gazeta.ru	1.1
Rambler.ru	1.1
Utro.ru	1.1
Lenta.ru	1.0
Vedomosti.ru	1.0
Autorambler.ru	1.0

02. ФАКТОР ТОЛПЫ

**ЗДЕСЬ ОЦЕНИВАЕТСЯ, ЧТО ПОСЕТИТЕЛИ
КАЖДОГО САЙТА думают о его аудитории —
то есть, частью какой толпы они ощущают
себя в момент посещения этого сайта**

ФАКТОР ТОЛПЫ

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

МЕТОД

В рамках этой части респондентам предлагались 5 позитивных и 5 негативных высказываний об аудитории, а также 2 высказывания, касающиеся восприятия возраста аудитории.

ИНДЕКС ФАКТОРА ТОЛПЫ

Индекс фактора толпы $I_{\text{фт}}$ — высчитывается только на основе позитивных высказываний об аудитории.

Сначала вычисляется среднее арифметическое по проценту согласившихся с позитивными высказываниями по каждому сайту, затем вычисляется среднее арифметическое по всем сайтам и отклонение результата по каждому сайту относительно среднего по всем.

Затем весь разброс результатов берется за 11 пунктов и вычисляется интервал, равный 1 пункту.

Затем сайтам присваивается индекс от 0.5 до 1.5 (шаг в 0.1 равен одному пункту).

КАК ЧИТАТЬ ИНДЕКСЫ

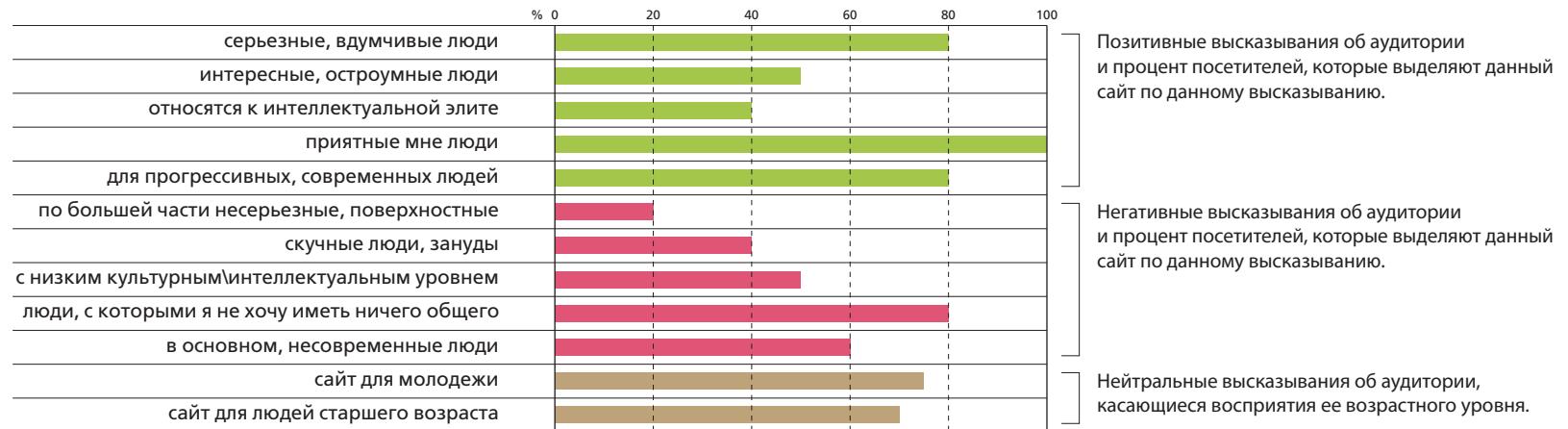
$I_{\text{фт}} = 1$ — количество согласившихся с позитивными высказываниями об аудитории сайта равно или близко среднему по всем сайтам. Значит аудитория сайта воспринимается наравне с аудиторией исследуемых сайтов в среднем.

$I_{\text{фт}} < 1$ — количество согласившихся с позитивными высказываниями об аудитории сайта менее среднего значения по всем сайтам. Значит аудитория сайта воспринимается хуже, чем аудитория исследуемых сайтов в среднем.

$I_{\text{фт}} > 1$ — количество согласившихся с позитивными высказываниями об аудитории сайта больше среднего значения по всем сайтам. Значит аудитория сайта воспринимается лучше, чем аудитория исследуемых сайтов в среднем.

КАК ЧИТАТЬ ГРАФИК

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI



Важно учитывать, что в этом вопросе респонденты выбирали именно сайты, подходящие под определенное высказывание, а не наоборот. Это дает возможность посмотреть на процент людей, действительно выделяющих сайт среди всех других по конкретной эмоции, а не просто в какой-то степени согласных, что данное высказывание подходит данному сайту.

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.yandex.ru



Аудитории Yandex.ru посетители этого сайта приписывают такие качества как серьезность, вдумчивость и интеллектуальность. У сайта нет однозначно ощущаемого возрастного профиля. Не выявлено существенных негативных моментов в восприятии.

www.rambler.ru



Сайт Rambler.ru в восприятии посетителей сайта имеет серьезную, вдумчивую аудиторию. У сайта нет однозначно ощущаемого возрастного профиля. Не выявлено существенных негативных моментов в восприятии.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.mail.ru



Пользователи портала Mail.ru видят аудиторию сайта как серьезных, вдумчивых людей. Одновременно с этим, другая часть аудитории портала воспринимает аудиторию как, напротив, несерьезную, поверхностную. Существенных отклонений по восприятию возрастного уровня не выявлено.

www.kinopoisk.ru



Пользователи сайта Kinopoisk.ru оказались весьма высокого мнения о посетителях вокруг, выделяя этот сайт из прочих сразу по всем позитивным параметрам. Наиболее существенное отличие воспринимаемая аудитория сайта имеет по параметру современности, прогрессивности. Аудитория сайта не ассоциируется ни с одним из негативных параметром. Ощущаемый возрастной профиль аудитории сайта не склоняется ни к одной из сторон.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

49

www.odnoklassniki.ru



Сайт Odnoklassniki.ru выделяется в восприятии его посетителей как сайт с несерьезной, поверхностной аудиторией, людьми с низким культурным или интеллектуальным уровнем. Сайт не имеет четкого воспринимаемого профиля по возрасту аудитории.

www.my.mail.ru



Аудитория проекта МойМир mail.ru воспринимается его посетителями как несерьезная, поверхностная, с низким культурным или интеллектуальным уровнем. Аудитории приписываются также некоторые другие как позитивные, так и негативные качества — на равном уровне. Аудитория воспринимается, в некоторой степени, как более молодая, но существенного скоса профиля по этому критерию нет.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.vkontakte.ru



Аудитория сайта *Vkontakte.ru* выделяется, в первую очередь, как несерьезная, поверхностная, с низким интеллектуальным или культурным уровнем. Аудитории также приписываются, в некоторой степени, все положительные характеристики. Интересно, что прочие негативные факторы совершенно не приписываются аудитории. Сайт воспринимается как более молодежный.

www.facebook.ru



Аудитория сайта *Facebook.com* воспринимается как остроумные, интересные, приятные люди. Другие позитивные факторы также приписываются аудитории на довольно высоком уровне. Из негативных факторов, в большей степени, выделяется несерьезность, поверхностность аудитории. Сайт однозначно воспринимается как более молодежный.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.liveinternet.ru



Аудитория Liveinternet.ru воспринимается посетителями сайта как интересные, остроумные, приятные люди, прогрессивные и современные. Аудитории также приписываются, в некоторой степени, все негативные черты, однако на более низком уровне. Сайта воспринимается как более молодежный.

www.livejournal.ru



Посетители Livejournal.ru высоко оценивают аудиторию этого сайта по всем положительным критериям. Негативные черты при этом аудитории сайта приписываются на низком уровне. Сайт воспринимается как более молодежный.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.twitter.ru



Аудитория Twitter.com воспринимается его пользователями как прогрессивная, современная. Все остальные позитивные черты аудитории также приписываются этому сайту. Из негативных факторов существенно проявлены только несерьезность, поверхность аудитории. Сайт воспринимается как однозначно молодежный.

www.love.mail.ru



Znakovstva.mail.ru воспринимается как сайт с несерьезной, поверхностной аудиторией. Посетители также призывают аудитории сайта низкий культурный/интеллектуальный уровень и отмечают, что не хотят ассоциировать себя с ними. Все позитивные характеристики приписываются аудитории сайта на довольно низком уровне. Портал воспринимается как более молодежный.

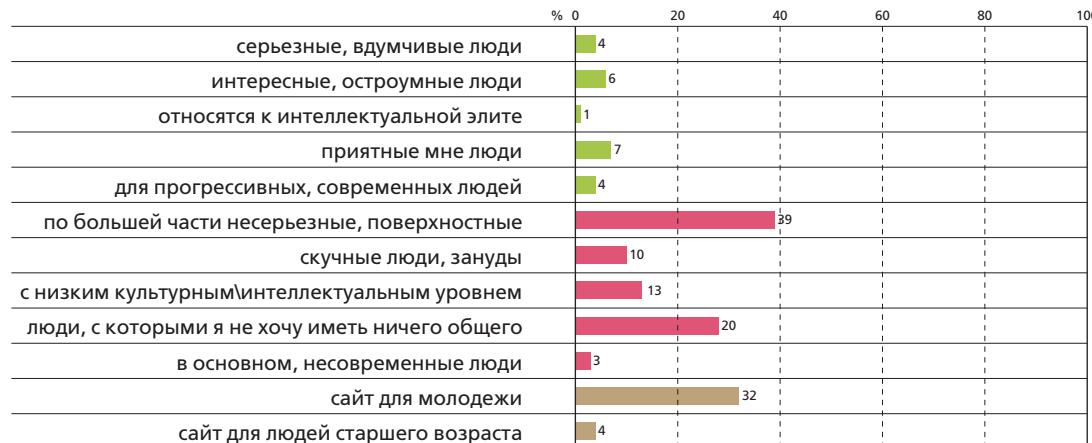
- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.mamba.ru



Mamba.ru воспринимается посетителями как сайт для поверхностной аудитории, людей с низким культурным/интеллектуальным уровнем. Положительные характеристики приписываются сайту на довольно низком уровне. Сайт воспринимается как более молодежный.

www.loveplanet.ru



Loveplanet.ru воспринимается посетителями как сайт для несерьезной, поверхностной аудиторией, с которой они не хотят иметь ничего общего. Положительные характеристики также приписываются аудитории сайта, но на более низком уровне. Сайт воспринимается как более молодежный.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ
РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.expert.ru



Посетители сайта Expert.ru высоко оценивают аудиторию портала по всем положительным характеристикам. Особенно высоки такие показатели как серьезность, вдумчивость аудитории, их интеллектуальность и прогрессивность. Негативные характеристики также приписываются аудитории сайта, но на значительно более низком уровне. Сайт воспринимается как более взрослый портал.

www.forbes.ru



Посетители Forbes.ru приписывают окружающей аудитории все положительные характеристики на очень высоком уровне. Наиболее ощущается серьезность аудитории, ее интеллектуальность и прогрессивность. Из негативных черт отмечается только скучность, занудство аудитории, однако на значительно более низком уровне. Сайт воспринимается как более взрослый портал.

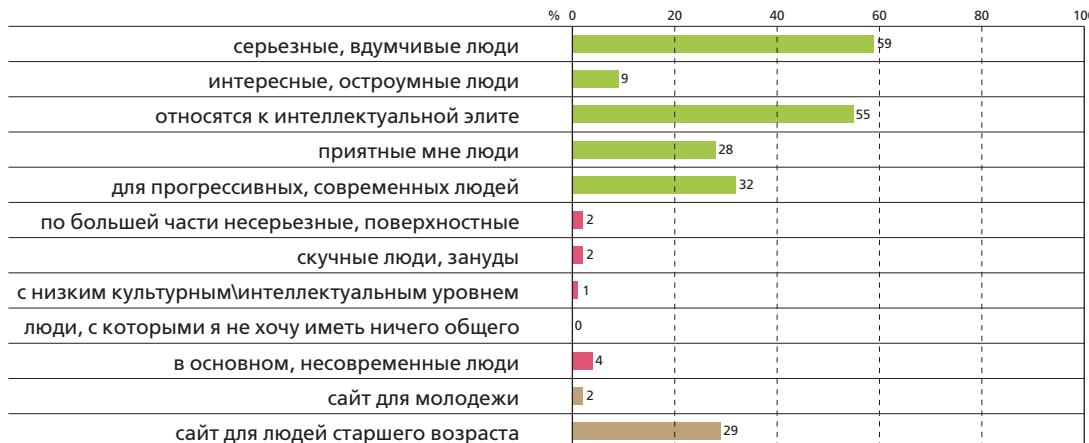
- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ
РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.snob.ru



Аудитория Snob.ru считает, что посетители этого сайта серьезные, вдумчивые люди, которых можно отнести к интеллектуальной элите. Другие позитивные черты приписываются аудитории также на высоком уровне. Из негативных факторов существенный вес имеет черта скучности, занудства. Несмотря на свою деловую тематику, портал не воспринимается как однозначно взрослый.

www.echo.msk.ru



Аудитория Echo.msk.ru приписывает посетителям этого сайта такие качества как серьезность, вдумчивость, интеллектуальность и другие позитивные параметры. Наиболее низкий из позитивных — интересные, остроумные люди. Существенных негативных ассоциаций с аудиторией портала не выявлено. Сайт воспринимается как более взрослый.

- ▶ НАЧАЛО
- ▶ МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- ▶ 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- ▶ 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- ▶ АГЕНТСТВО
- ▶ FUTURE PERFECT
- ▶ АГЕНТСТВО OMI

www.kp.ru



Аудитория Kp.ru выделяется по восприятию опрошенных посетителей как серьезная и вдумчивая. Сайт воспринимается как портал для более взрослой аудитории. Из негативных факторов в существенной степени проявлено ощущение несовременности его аудитории.

www.aif.ru



Aif.ru позитивно выделяется по восприятию его аудитории как серьезных, вдумчивых людей, которых можно отнести к интеллектуальной элите. Фактор современности также отличает аудиторию сайта. Из негативных параметров с порталом в большей степени ассоциируется несовременность аудитории. Сайт ассоциируется однозначно с людьми старшего возраста.

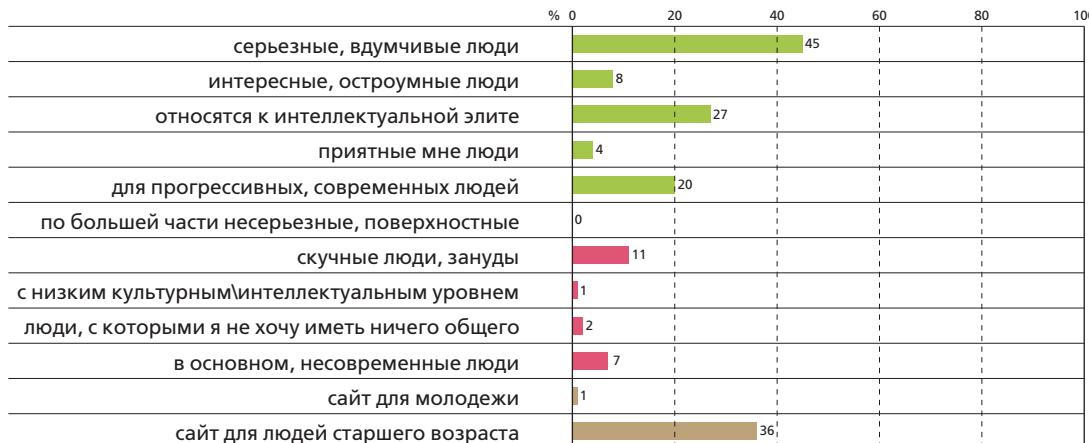
- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.gzt.ru



Gzt.ru несколько выделяется по параметрам серьезности аудитории, интеллектуальности и современности. Сайт в большей степени ассоциируется с людьми старшего возраста.

www.gazeta.ru



Gazeta.ru воспринимается посетителями сайта как портала для серьезной, вдумчивой аудиторией с высоким интеллектуальным уровнем и современным профилем. Сайт также соотносится с параметрами скучной и несовременной аудиторией. Сайт воспринимается как портал для людей старшего возраста.

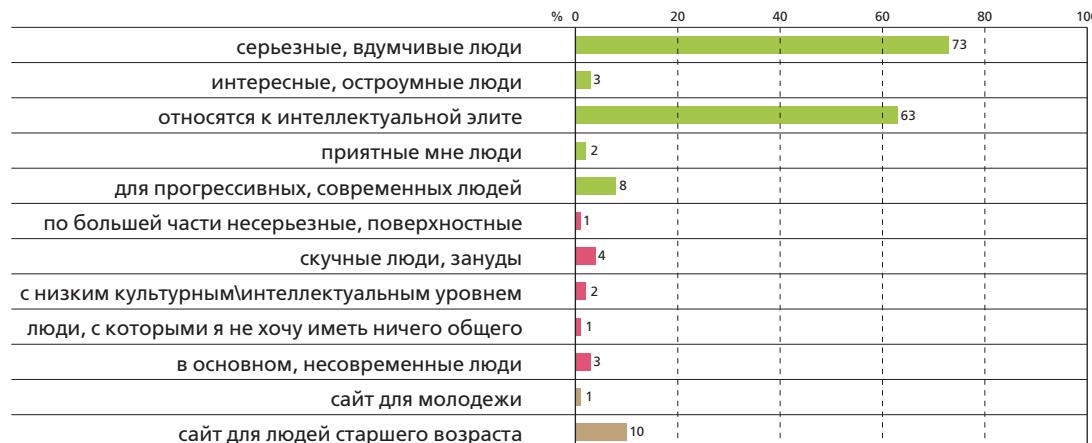
- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.kommersant.ru



Профиль аудитории Kommersant.ru существенно выделяется по параметрам серьезности аудитории, интеллектуальности и прогрессивности. При этом аудитория воспринимается как несколько скучная, возможно поэтому показатель «приятные мне люди» не столь высок. Сайт воспринимается как портал для людей старшего возраста.

www.rbc.ru



Аудитория сайта Rbc.ru выделяется как серьезные, вдумчивые люди с высоким интеллектуальным уровнем. Интересно, что другие позитивные факторы, напротив, находятся на крайне низком уровне, хотя и существенных негативных ассоциаций не выявлено. Сайт воспринимается как несколько более возрастной.

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

59

www.vedomosti.ru



Аудитория сайта Vedomosti.ru ассоциируется у потребителей с серьезностью и интеллектуальностью. Никаких негативных ассоциаций выявлено не было. Портал воспринимается как несколько более возрастной.

www.vesti.ru



Сайт Vesti.ru воспринимается как портал с вдумчивой аудиторией с высоким интеллектуальным уровнем. Другие позитивные ассоциации, равно как и любые негативные по отношению к аудитории сайта отсутствуют. Сайт воспринимается как несколько более возрастной.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

60

www.lenta.ru



Lenta.ru отличается по восприятию ее посетителей как серьезных, вдумчивых, интеллектуальных людей, с современным профилем. Существенные негативные ассоциации с сайтом не выявлены. Сайт воспринимается как несколько более возрастной.

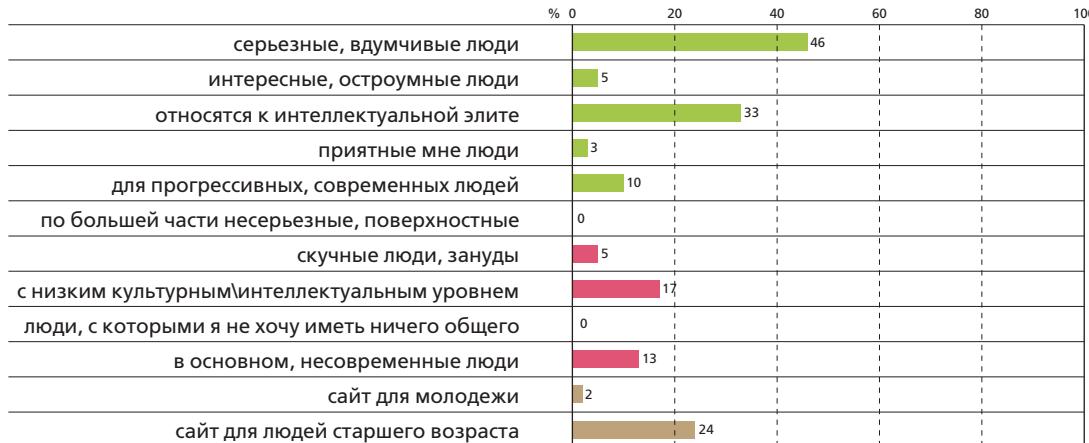
www.utro.ru



Utro.ru воспринимается как, скорее, более возрастной портал. Его аудитории также приписывают такие качества как серьезность, вдумчивость, интеллектуальность.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.pravda.ru



Аудитория Pravda.ru позитивно выделяется по параметрам серьезности и интеллектуальности аудитории и одновременно негативно отличается в восприятии как несовременная, с низким интеллектуальным уровнем. Сайт воспринимается как более возрастной.

www.rg.ru



Аудитория Rg.ru воспринимается как серьезные, вдумчивые люди с высоким интеллектуальным уровнем. Другие существенные ассоциации с сайтом не выявлены. Сайт воспринимается как ресурс для людей старшего возраста.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.mhealth.ru



Mhealth.ru имеет ровное восприятие аудитории, все позитивные факторы выражены на незначительном уровне. Из негативных фактором наиболее выраженным является поверхностность аудитории. Сайт воспринимается как несколько более молодежный.

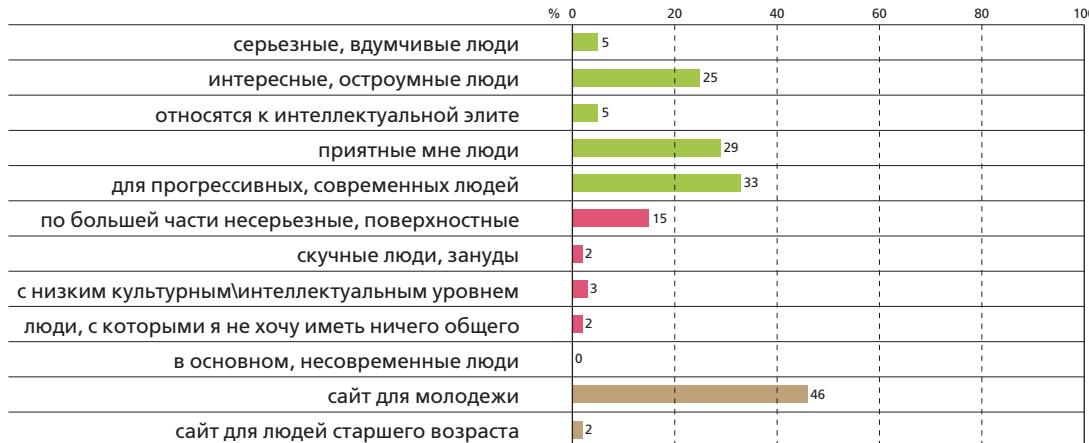
www.maxinonline.ru



Maximonline.ru выделяется позитивно по всем параметрам. Из негативных параметров восприятия аудитории сайта преобладает поверхностность. Сайт воспринимается как, однозначно, более молодежный.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.cosmo.ru



Аудитория сайта Cosmo.ru воспринимается его посетителями как интересные остроумные люди с современным профилем. Находясь на сайте, посетители воспринимают себя в кругу приятных людей. Из негативных факторов существенно выделяется поверхностность аудитории. Сайт воспринимается как, однозначно, более молодежный.

www.woman.ru



Woman.ru незначительно, но выделяется по всем позитивным параметрам восприятия аудитории. Наиболее характерная ассоциация с аудиторией сайта как с поверхностными, несерьезными людьми. Сайт не имеет четко выраженного возрастного профиля.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.lady.mail.ru



Проект Леди на mail.ru в некоторой, но не столь значительной степени выделяется по всем позитивным параметрам восприятия аудитории. Наиболее характерная ассоциация с аудиторией сайта как с поверхностными, несерьезными людьми. Сайт не имеет четко выраженного возрастного профиля.

www.womanjournal.ru



Womanjournal.ru не имеет резко выраженных ассоциаций по профилю его аудитории. Можно говорить о некотором скосе восприятия в сторону современности аудитории и ее несерьезности, поверхностности. Сайт воспринимается как несколько более молодежный.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

65

www.passion.ru



Наиболее ярко выраженными характеристиками аудитории сайта Passion.ru являются ее современность и несерьезность, поверхностность. Сайт воспринимается как более молодежный.

www.promodj.ru



Аудитория сайта Promodj.ru имеет выраженные характеристики современности и несерьезности, поверхностности. Сайт воспринимается как более молодежный.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.afisha.ru



Наиболее яркой характеристикой аудитории сайта Afisha.ru в восприятии его посетителей является ее современность, прогрессивность.

Сайт не имеет ярко выраженных негативных ассоциаций. При оценке возраста типичной аудитории сайта мнение посетителей разделились — сайт воспринимается частью людей как более молодежный и частью — как более возрастной, что показывает общий довольно нейтральный образ сайта с точки зрения возраста.

www.lookatme.ru



Аудитории сайта Lookatme.ru приписываются практически все позитивные характеристики. Наиболее выраженная из них — прогрессивность, современность аудитории. Наиболее выраженный негативный параметр — поверхностность, несерьезность аудитории. Сайт воспринимается как молодежный портал.

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.smotri.ru



Аудитория сайта Smotri.ru в восприятии его посетителей не имеет выраженных позитивных характеристик.

Наиболее выраженные негативные — поверхностность аудитории, ее низкий интеллектуальный уровень. Сайт воспринимается как более молодежный.

www.tvigle.ru



Tvgile.ru воспринимается как сайт с осмотренной, прогрессивной аудиторией, но несколько поверхностной. Существенная часть посетителей выделяет этот сайт как портал с аудиторией, с которой они не хотят иметь ничего общего. Сайт воспринимается как более молодежный.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ
РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.youtube.com



Аудитория сайта Youtube.com имеет слегка выраженный профиль по всем позитивным параметрам. Наиболее яркими негативными ассоциациями с сайтом являются несерьезность аудитории, ее низкий интеллектуальный уровень. Сайт воспринимается как несколько более молодежный.

www.rutube.ru



Аудитория сайта Rutube.ru имеет выраженные негативные ассоциации с поверхностными людьми с низким интеллектуальным уровнем. Сайт воспринимается как несколько более молодежный.

- НАЧАЛО
МЕТОДОЛОГИЯ
01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ПОРТРЕТ САЙТА
► 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
04 СОВОКУПНЫЙ
РЕЙТИНГ САЙТОВ
АГЕНТСТВО
FUTURE PERFECT
АГЕНТСТВО OMI

www.babyblog.ru



Аудитория сайта Babyblog.ru сильно ассоциируется с остроумными людьми. Посетители сайта в высокой степени соглашаются с тем, что на сайте собираются приятные им люди. Из негативных факторов, что интересно, выражены ровно противоположные параметры — нежелание иметь ничего общего с аудиторией сайта и ее занудство. По возрасту сайт не имеет однозначного профиля.

www.deti.mail.ru



Аудитория проекта Дети на mail.ru воспринимается в некоторой степени как серьезная и интеллектуальная. Ни по каким негативным и возрастным критериям аудитория сайта не имеет существенных отличий.

- ▶ НАЧАЛО
- ▶ МЕТОДОЛОГИЯ
- ▶ 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- ▶ 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- ▶ 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- ▶ АГЕНТСТВО
- ▶ FUTURE PERFECT
- ▶ АГЕНТСТВО OMI

70

www.championat.ru



Посетители сайта Championat.ru высоко оценивают аудиторию этого сайта по параметрам остроумия, современности. Они также отмечают, что аудитория сайта им по-человечески приятна. По негативным параметрам отклонение от среднего незначительно, можно отметить небольшой скос в сторону низконо интеллектуального уровня аудитории. Сайт воспринимается как несколько более молодежный.

www.sportbox.ru



Аудитория сайта имеет очень четкий профиль по одному ассоциативному фактору — серьезные, вдумчивые люди и некоторую выраженность по фактору интеллектуальности аудитории. По всем другим параметрам аудитория в восприятии не выделяется.

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

www.auto.ru



Сайт Auto.ru выделяется в восприятии его аудитории как сайт для современных, прогрессивных, а также вдумчивых людей. С аудиторией сайта отсутствуют негативные ассоциации. Сайт не имеет четкого возрастного профиля, воспринимается частью аудитории как более молодежный, часть — как более возрастной.

www.autorambler.ru



Сайт Autorambler.ru имеет позитивный воспринимаемый профиль аудитории по всем параметрам, наиболее выражены — серьезность, вдумчивость аудитории и ее современность. Существенно выраженные негативные ассоциации отсутствуют. Сайт имеет нейтральный по возрасту профиль в восприятии его посетителей, с небольшой тенденцией к более возрастному.

РЕЙТИНГ САЙТОВ ПО ОЩУЩАЕМОМУ КАЧЕСТВУ ЕГО АУДИТОРИИ

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- ▶ 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

И_{фт} — индекс фактора толпы сайта. Для составления рейтинга берется среднее оценки всех позитивных высказываний об аудитории этого сайта, затем каждому среднему присваивается свой индекс — подробнее в начале этой главы. Напомним, что сайт и его аудиторию оценивали только посетители этого сайта.

Сайты с одинаковыми индексами приведены в алфавитном порядке,

Рейтинг возглавляют сайты Forbes.ru, Kommersant.ru, Expert.ru, RBC.ru, Snob.ru.

Сайты с индексами 1.2 — 0.8 обладают средним ощущаемым уровнем аудитории.

Сайты с индексами 0.7 и ниже обладают низким ощущаемым уровнем аудитории — посетители этих сайтов в низкой степени приписывают другим посетителям позитивные характеристики.

Важно понимать, что индекс не учитывает негативные оценки аудитории — то есть низкий индекс говорит об отсутствии ярко выраженного позитивного восприятия, что не обязательно означает негативное отношение.

сайт	И _{фт}
Forbes.ru	1.50
Kommersant.ru	1.40
Expert.ru	1.30
RBC.ru	1.30
Snob.ru	1.30
Echomsk.ru	1.20
Vkontakte.ru	1.20
Facebook.com	1.10
LiveJournal.com	1.10
Twitter.com	1.10
Aif.ru	1.00
Lookatme.ru	1.00
RG.ru	1.00
Vedomosti.ru	1.00
Odnoklassniki.ru	0.90
Promodj.ru	0.90
Vesti.ru	0.90
Auto.ru	0.80
Babyblog.ru	0.80
Gazeta.ru	0.80
Kinopoisk.ru	0.80
KP.ru	0.80
Lenta.ru	0.80
YouTube.com	0.80
Mail.ru Мой мир	0.80
Pravda.ru	0.80
Sportbox.ru	0.80
Yandex.ru	0.80

03. УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ

**ЗДЕСЬ ОЦЕНИВАЕТСЯ ОБЩЕЕ УВАЖЕНИЕ К САЙТУ
И ДОВЕРИЕ К ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩАЕМОЙ НА НЕМ**

УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

МЕТОД

В рамках этой части респондентам предлагалось оценить насколько они уважают ресурс и доверяют представленной на нем информации. Оценка проводилась по пятибалльной шкале (где 1 — совсем не доверяю, 5 — полностью доверяю). Проценты по баллам 3, 4, 5 суммируются и приводятся в таблице на следующем листе.

ИНДЕКС УВАЖЕНИЯ И ДОВЕРИЯ

Индекс уважения и доверия $I_{уд}$ — высчитывается на основании количества респондентов, поставивших баллы от 3 до 5 по факторам уважения к сайту и доверия к информации, представленной на нем.

Сначала вычисляется среднее арифметическое совокупного числа процентов по баллам 3—5 по каждому сайту, затем вычисляется отклонение результата по каждому сайту относительно среднего по всем.

КАК ЧИТАТЬ ИНДЕКСЫ

$I_{уд} = 1$ — количество людей уважающих сайт и доверяющих представленной на нем информации равно среднему количеству таких людей по всем сайтам. Значит доверие к данному сайту не больше и не меньше среднего уровня доверия к оцениваемым сайтам.

$I_{уд} < 1$ — количество людей уважающих сайт и доверяющих представленной на нем информации меньше среднего количества таких людей по всем сайтам. Значит данному сайту доверяют меньше, чем оцениваемым сайтам в среднем.

$I_{уд} > 1$ — количество людей уважающих сайт и доверяющих представленной на нем информации больше среднего количества таких людей по всем сайтам. Значит данному сайту доверяют больше, чем оцениваемым сайтам в среднем.

РЕЙТИНГ САЙТОВ ПО УРОВНЮ УВАЖЕНИЯ И ДОВЕРИЯ К ИНФОРМАЦИИ НА НЕМ

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

$I_{уд}$ — индекс уважения и доверия к информации на том или ином ресурсе.

Все сайты с индексом 1.1 имеют уровень уважения и доверия выше среднего по оцениваемым сайтам

Сайты с индексом 1 имеют средний уровень уважения и доверия к их информации.

Сайты с индексами 0.9 и ниже несколько проигрывают по данному показателю, то есть посетители этих сайтов в меньшей мере готовы прислушиваться расположенным на этих ресурсах к мнениям и информации.

сайт	$I_{уд}$
Kommersant.ru	1.1
Vedomosti.ru	1.1
Yandex.ru	1.1
RBC.ru	1.1
Kinopoisk.ru	1.1
Championat.ru	1.1
Sportbox.ru	1.1
Forbes.ru	1.1
RG.ru	1.1
Expert.ru	1.1
Afisha.ru	1.1
Promodj.ru	1.1
Pravda.ru	1.1
Echomsk.ru	1.1
Auto.ru	1.1
Mhealth.ru	1.1
Babyblog.ru	1.1
Gazeta.ru	1.1
Mail.ru Дети	1.0
Gzt.ru	1.0
Lookatme.ru	1.0
Vesti.ru	1.0
Lenta.ru	1.0
Woman.ru	1.0
Rambler.ru	1.0
Maximonline.ru	1.0
Snob.ru	1.0
Utro.ru	1.0
Twitter.com	1.0
Facebook.com	1.0
WomanJournal.ru	1.0
Cosmo.ru	1.0
Passion.ru	1.0
LiveJournal.com	1.0
YouTube.com	1.0
Mail.ru	1.0
Autorambler.ru	1.0
Mail.ru Леди	1.0
Vkontakte.ru	0.9
KP.ru	0.9
Mail.ru Мой мир	0.9
Rutube.ru	0.9
LiveInternet.ru	0.9
Tvigle.ru	0.9
Smotri.com	0.9
Odnoklassniki.ru	0.9
Aif.ru	0.8
Loveplanet.ru	0.7
Mail.ru Знакомства	0.7
Mamba.ru	0.7

04. СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ

**ЗДЕСЬ ПРИВЕДЕН СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
КАК ПЛОЩАДОК ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ ВАШЕГО БРЕНДА**

СОВОКУПНЫЙ ИНДЕКС ЦЕННОСТИ КОНТЕКСТА

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО ОМИ

ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ ИНДЕКС ЦЕННОСТИ КОНТЕКСТА

Этот индекс показывает ценность контекста того или иного сайта как площадки для интеграции бренда. Это совокупный индекс, который учитывает 1) насколько яркий — «выпуклый» — у сайта имидж, 2) насколько позитивно посетитель сайта воспринимает других посетителей этого сайта и соотносит себя с ними, 3) насколько высоко уважение и доверие к информации на этом сайте.

КАК ВЫСЧИТЫВАЕТСЯ ИНДЕКС

Индекс высчитывается путем перемножения независимых индексов по каждому из критериев.

$$И_{цк} = И_{эн} \times И_{фт} \times И_{уд}$$

$И_{эн}$ — индекс «выпуклости» эмоционального портфеля сайта, $И_{фт}$ — индекс ощущаемого качества аудитории $И_{уд}$ — индекс уважения и доверия.

Значение и метод вычисления каждого индекса описываются подробно в начале каждой из частей 1, 2, 3 соответственно.

Рейтинг сайтов по каждому из индексов приводится в конце частей 1, 2, 3 соответственно.

КАК ЧИТАТЬ ИНДЕКС

$И_{цк} = 1$ — данный сайт не прибавляет существенной ценности к коммуникации вашего бренда, приходя на эту площадку, вы получаете определенную аудиторию, определенную тематику и функционал, но добавленная эмоциональная ценность отсутствует.

$И_{цк} > 1$ — данный сайт имеет добавленную ценность помимо охвата аудитории и изначально присущих ему тематики и функционала. Приходя на такую площадку бренд приобретает некий эмоциональный актив, выраженный в ярком имидже, доверии к информации и хорошему мнению об аудитории (либо по некоторым из этих критериев). Чем выше индекс — тем выше добавленная ценность контекста.

$И_{цк} < 1$ — данный сайт не имеет добавленной ценности по сравнению с исследуемыми порталами, более того, он проигрывает им в силу отсутствия яркого имиджа, плохого мнения об аудитории или низкому доверию к информации. На таком сайте есть риск не только не приобрести, но и несколько потерять в имидже вашего бренда.

ОДНАКО!

Индекс ценности контекста совокупный и может быть низким только из-за одного из входящих в него критериев. Например, сайт может иметь яркий имидж, но проигрывать в доверии к информации. Для того, чтобы детально и объективно оценить портал стоит смотреть на каждый из критериев отдельно, ведь не всегда важно соблюдение всех трех.

РЕЙТИНГ САЙТОВ ПО СОВОКУПНОЙ ЦЕННОСТИ ИХ КОНТЕКСТА ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ БРЕНДА

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

сайт	$I_{цк}$
Forbes.ru	3.78
Vkontakte.ru	3.00
Kommersant.ru	2.75
Expert.ru	2.60
Facebook.com	2.49
Twitter.com	2.46
Babyblog.ru	2.37
LiveJournal.com	2.34
RBC.ru	2.32
Lookatme.ru	1.96
Odnoklassniki.ru	1.85
Snob.ru	1.84
YouTube.com	1.79
Echomsk.ru	1.72
Mail.ru Мой мир	1.55
Promodj.ru	1.46
RG.ru	1.44
Maximonline.ru	1.43
Cosmo.ru	1.33
Yandex.ru	1.32
Mail.ru Дети	1.27
Kinopoisk.ru	1.26
Woman.ru	1.23
Sportbox.ru	1.20
Mhealth.ru	1.20

Vedomosti.ru	1.18
Championat.ru	1.18
LiveInternet.ru	1.14
Aif.ru	1.07
Vesti.ru	1.05
Afisha.ru	1.04
Mail.ru	1.04
Pravda.ru	1.01
Auto.ru	0.99
Gazeta.ru	0.93
Tvigle.ru	0.89
Smotri.com	0.89
Rutube.ru	0.87
KP.ru	0.87
Lenta.ru	0.86
Passion.ru	0.81
Mail.ru Леди	0.77
Gzt.ru	0.76
Loveplanet.ru	0.67
Rambler.ru	0.67
Utro.ru	0.65
WomanJournal.ru	0.63
Mail.ru Знакомства	0.60
Autorambler.ru	0.57
Mamba.ru	0.52

РЕЙТИНГ САЙТОВ ПО СОВОКУПНОЙ ЦЕННОСТИ ИХ КОНТЕКСТА ДЛЯ ИНТЕГРАЦИИ БРЕНДА

- НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT АГЕНТСТВО OMI

Рейтинг возглавляет сайт [Forbes.ru](#). Сайт оказался на первом месте так как имеет высокие показатели по всем трем оценеваемым факторам — «выпуклость» эмоционального образа, высоко позитивное восприятие аудитории и высокий уровень доверия.

Существенную добавочную ценность имеют контексты сайтов с индексом от 2 до 3 — [Vkontakte.ru](#), [Expert.ru](#), [Kommersant.ru](#), [Facebook.com](#), [Twitter.com](#), [Babyblog.ru](#), [LiveJournal.com](#), [RBC.ru](#).

Средний эшелон — сайты с индексом выше 1.2 — про них также можно сказать, что помимо охвата аудитории сайты обладают добавленной эмоциональной ценностью — в отчете можно подробно посмотреть, по каким критериям эти сайты особенно успешны.

Сайты с индексом от 1.2 до 0.8 не имеют добавленной ценности — помимо охвата аудитории и возможности логически зацепиться за общую тематику портала — эти платформы не имеют существенных эмоциональных активов.

Сайты с индексом ниже 0.8 не дают добавленной эмоциональной ценности бренду и в некоторых случаях могут негативно повлиять на его имидж, так как воспринимаются по ряду критериев ниже среднего уровня. Однако эти сайты могут отлично подходить для решения тактических, «технических» задач бренда.

Напомним, что каждый сайт оценивался только его регулярными посетителями — то есть той аудиторией, которая фактически закупается брендом при приходе на площадку.

АГЕНТСТВО FUTURE PERFECT

FUTURE PERFECT – ПАРТНЕР ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- АГЕНТСТВО OMI

УСЛУГИ

Позиционирование брендов, коммуникационные стратегии, управление развитием бренда, креативные идеи и материалы.

ДИСЦИПЛИНЫ

Бренд-менеджмент, менеджмент проекта, коммуникационное планирование, маркетинг консалтинг, творческие умы и технологии, менеджмент производства креативных материалов.

НЕЗАВИСИМЫЕ ПРОЕКТЫ

Помимо проектов наших клиентов мы разрабатываем собственные проекты и инструменты для повышения эффективности маркетинг и креативных решений на российском рынке.

В ЧИСЛЕ ТЕКУЩИХ ПРОЕКТОВ

Look and Feel

Подробные фото отчеты о жизни россиян.

Полезный инструмент для профессионалов маркетинга, помогает получить более человечное и реалистичное представление о жизни аудитории.

Future Perfect IP

Собственные бизнес и бренд-идеи компании. В настоящий момент мы ищем инвесторов в ритейл-секторе.

КОНТАКТЫ

Джон Марк Фитцпатрик
управляющий директор, партнер
моб +7 903 0035371
тел +7 499 5000492
johnmarkfitz@futperf.com
www.futperf.com

АГЕНТСТВО ОМІ

OMI — ONLINE MARKET INTELLIGENCE

- ▶ НАЧАЛО
- МЕТОДОЛОГИЯ
- 01 ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ САЙТА
- 02 ФАКТОР ТОЛПЫ
- 03 УВАЖЕНИЕ И ДОВЕРИЕ
- 04 СОВОКУПНЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ
- АГЕНТСТВО
- FUTURE PERFECT
- ▶ АГЕНТСТВО ОМИ

Online Market Intelligence (OMI) – это ведущая российская компания, предоставляющая комплексные решения для маркетинговых интернет исследований, используемые исследовательскими организациями, рекламными агентствами, а также маркетинговыми подразделениями компаний, входящих в рейтинг Fortune Global 500. Эти решения включают программирование онлайн анкет, проведение интернет исследований при помощи собственных онлайн панелей в России, Украине, Казахстане, Беларуси и странах Балтии, а также визуализацию информации в реальном времени. OMI предлагает экономически оправданные и удобные решения для проведения опросов потребителей, сотрудников и партнеров компаний. Компания имеет собственные представительства в Европе (Хельсинки) и Северной Америке (Ванкувер).

УСЛУГИ ОМИ ВКЛЮЧАЮТ:

Программирование и хостинг онлайн опросов, в том числе интерактивных;
Построение выборок из онлайн панелей, таргетированных на целевую аудиторию;
Проведение интернет исследований в России, СНГ и по всему миру с использованием собственных панелей и ресурсов профессиональных партнеров;
Трекинговые онлайн исследования;
Отчеты и мониторинг хода полевых работ в реальном времени.

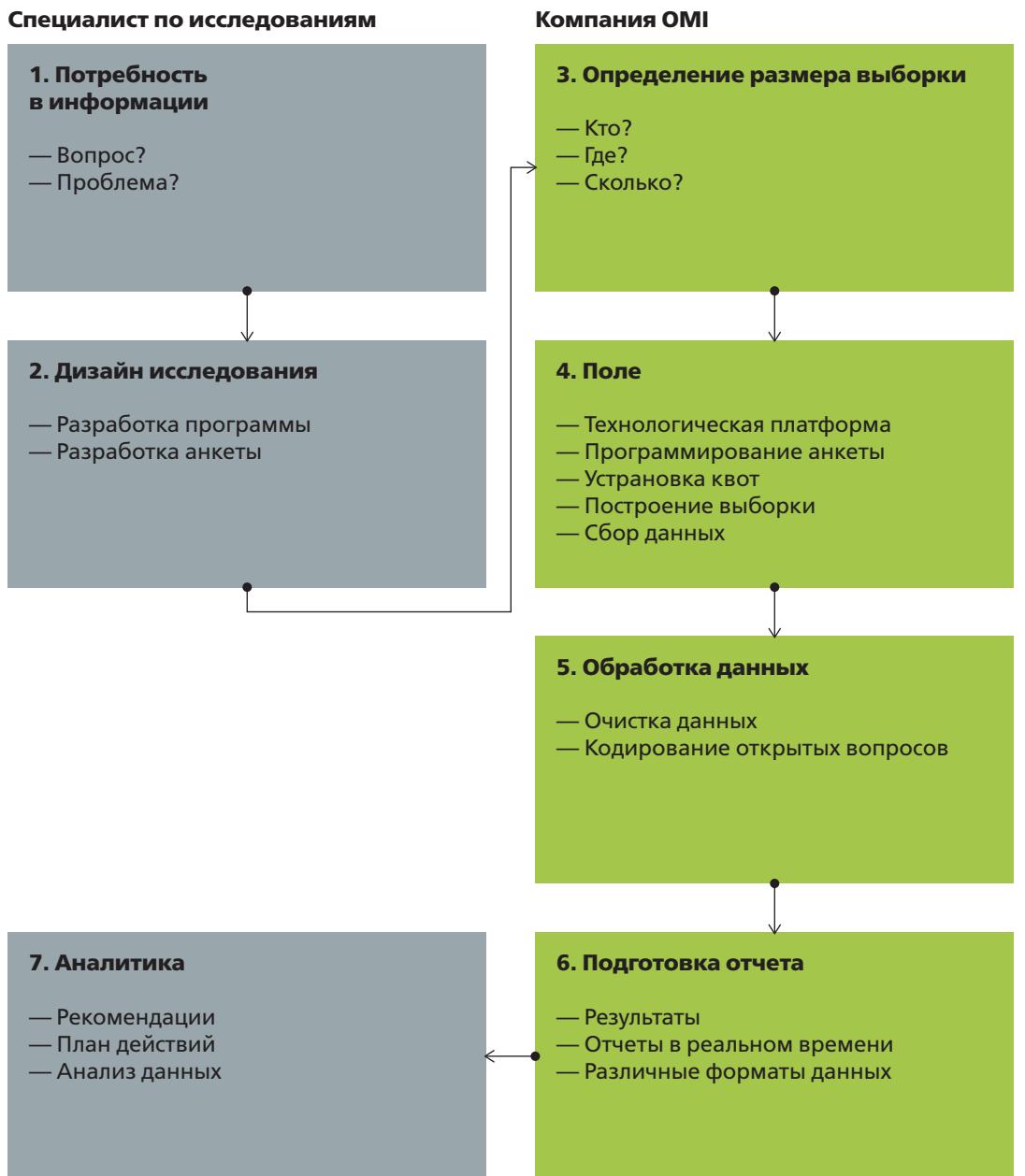
OMI ПРЕДЛАГАЕТ СЛЕДУЮЩИЕ ПАНЕЛИ:

Общая потребительская панель
Панель автовладельцев
B2B панель IT-директоров и специалистов
Панель врачей и медицинских специалистов

OMI также эксклюзивно продает программное обеспечение американской компании Kinesis Survey Technologies, LLC. для проведения маркетинговых исследований с использованием сети Интернет и мобильных устройств.

Компания OMI является обладателем Серебряного Сертификата Качества, присуждаемого по итогам независимого добровольного панельного аудита американской компанией Mktg Inc. за последовательность данных в трех или более волнах трекинговых исследовательских проектов. В мире существует лишь несколько компаний, удостоившихся такой высокой оценки.

www.omirussia.ru



OMI не является исследовательской компанией полного цикла: мы не специализируемся на составлении анкет и подготовке аналитических отчетов. Наши компетенции хорошо видны на диаграмме.

PLATFORMS WINTER 2011

**Оценка сайтов как контекста для размещения
коммуникации брендов**

Future Perfect & OMI Russia © 2011