ЕДИНАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ПАНЕЛЬ

Содержание

- О Mile group
- Проблемы и решения индустрии исследований и аналитики
- Единая панель данных о человеке и обществе Romir Single Source Panel
- Валидизация и обогащение больших данных Mile People Data Technology
- Решения и визуализация портала
- Создание единой социологической платформы управления и контроля

O MILE GROUP

Структура

mile GROUP

Практика исследований и аналитики	Практика платформенных решений	Практика управления клиентским опытом	Практика рекламы и коммуникации
Romir	mile DATA	mile AUDIT	mile DIGIT
GALLUP INTERNATIONAL	IRi Growth delivered.	iMystery	RAPP
GlobalNR global network for research			VYRKA

Собственные компании Mile Group

Лицензионные компании и ассоциативные членства

История

1987
Открыт первый советский исследовательский кооператив "Потенциал". Специализация - социологический мониторинг, организационный консалтинг и внедрение социальных технологий
1987
Создание исследовательского центра Ромир. Специализация – международные и маркетинговые исследования
1995
Создание Национального института социально-психологических исследований НИСПИ. Запуск первой в России пиплметрической панели
2000
Создание группы компаний Monitoring.ru, объединение НИСПИ, АРПИ, АИСТ и агентства Monitoring.ru
2002
Создание группы компаний Ромир Мониторинг, объединение Ромир и группы компаний Monitoring.ru
2005
Образование холдинга Ромир, привлечение инвестиций и развитие инновационных панельных технологий
2007
Запуск скан-панели домохозяйств Romir Consumer Scan Panel. Проведение первого исследования в России по технологии Eye-Tracker
2012
Запуск скан-панели внедомашнего потребления
2017
Запуск первой в России кросс-медиа панели Romir Single Source Panel
2018
Формирование управляющей компании MILE Group. Нормирование и обогащение Big Data
2021
Разработка Mile People Data Technology. Подписание резидентства в Долине МГУ

Масштаб

MILE Group - российский частный, крупнейший в России и странах СНГ, Центральной и Восточной Европе научно-исследовательский холдинг, ориентированный на всестороннее изучение современного человека, общества и рынка при помощи инновационных методов и технологий.

35
лет истории

120+
крупнейших международных и российских клиентов

1000+
проектов ежегодно

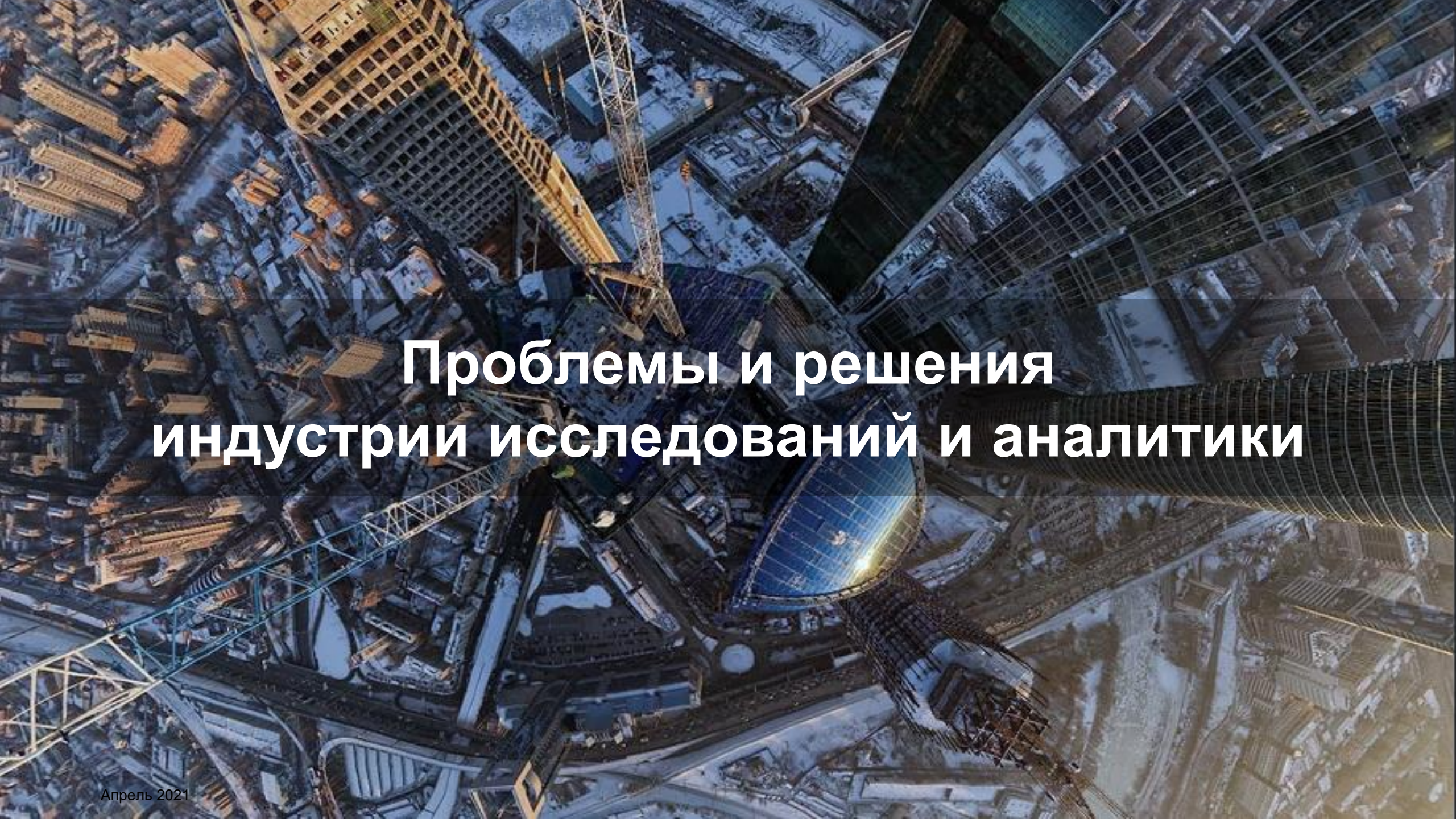
100 000+
человек участвуют в проектах каждый месяц

2 000 000
уникальных идентифицированных контактов в базе данных

Собственные технологические **мониторинговые платформы** (данные 40 000+ человек), прогностические модели и технологии человекоцентричной аналитики

Уникальные возможности Smart Big Data: верификация, калибровка, обогащение и интеграция

Стратегический партнёр **Долины МГУ** с возможностью подключения специалистов из академической среды



Проблемы и решения индустрии исследований и аналитики

Апрель 2021

Кризис классических опросов

Кризис традиционных исследовательских техник как следствие изменения структуры общества.

Современное общество находится в фазе системных изменений. Классические социологические методы и инструменты (опросы, фокус-группы) **переживают связанный с этим кризис**, причиной которого являются:

1. **Изменение поведения граждан,** отсутствие вакуума общения, избыточность коммуникаций и информации вокруг человека.
2. **Расслоение общества**, недоступность определенных групп населения.
3. Технологии, **интернет и глобализация** информации.

Большая доля информации, основанной на данных методах, **не оправдывает ожидания в точности, скорости и глубине анализа**, необходимой для принятия качественных решений.

Необходимы новые подходы и инструменты для мониторинга и анализа поведения человека и общества в целом.

Автоматизация процесса. Деградация результата

Личные интервью (CAPI)

Метод личных интервью основан на непосредственном контакте интервьюера с респондентом. Личное общение позволяет не только отвечать на сложные вопросы анкеты, но и применять наглядные материалы (карточки, фотографии, упаковки, логотипы).

Опрос по телефону (CATI)

При проведении телефонных опросов используется технология CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), позволяющая проводить телефонные интервью под контролем централизованной компьютерной системы.

Онлайн исследования (CAWI)

Онлайн опросы и тесты проводятся с помощью технологии CAWI (Computer Assisted Web Interview). Онлайн-исследования предоставляют возможность при оптимальных затратах быстро провести практически все виды традиционных исследований, а также использовать новые и нестандартные методики.

Личные опросы становятся сложной и очень дорогой экзотикой. Практически все телефонные и онлайн опросы не обладают репрезентативностью, что приводит к огромным рискам, фатальным ошибкам оценки ситуации и прогнозирования. Наиболее яркие примеры – провал всех опросов и прогнозов выборов Президента Трампа в США или результатов Brexit в Великобритании.

Big Data: гора руды или море нефти

Данные государства

Данные об имуществе, налогах, правонарушениях и пр.

Базы данных ритейлеров и ОФД

Данные о покупках товаров и услуг

Операторы мобильной связи

Данные о коммуникациях и геолокации

Интернет – сервисы и соцсети

Данные об онлайн-коммуникациях

Операторы цифрового ТВ

Данные о медиапотреблении

Финансовые институты и банки

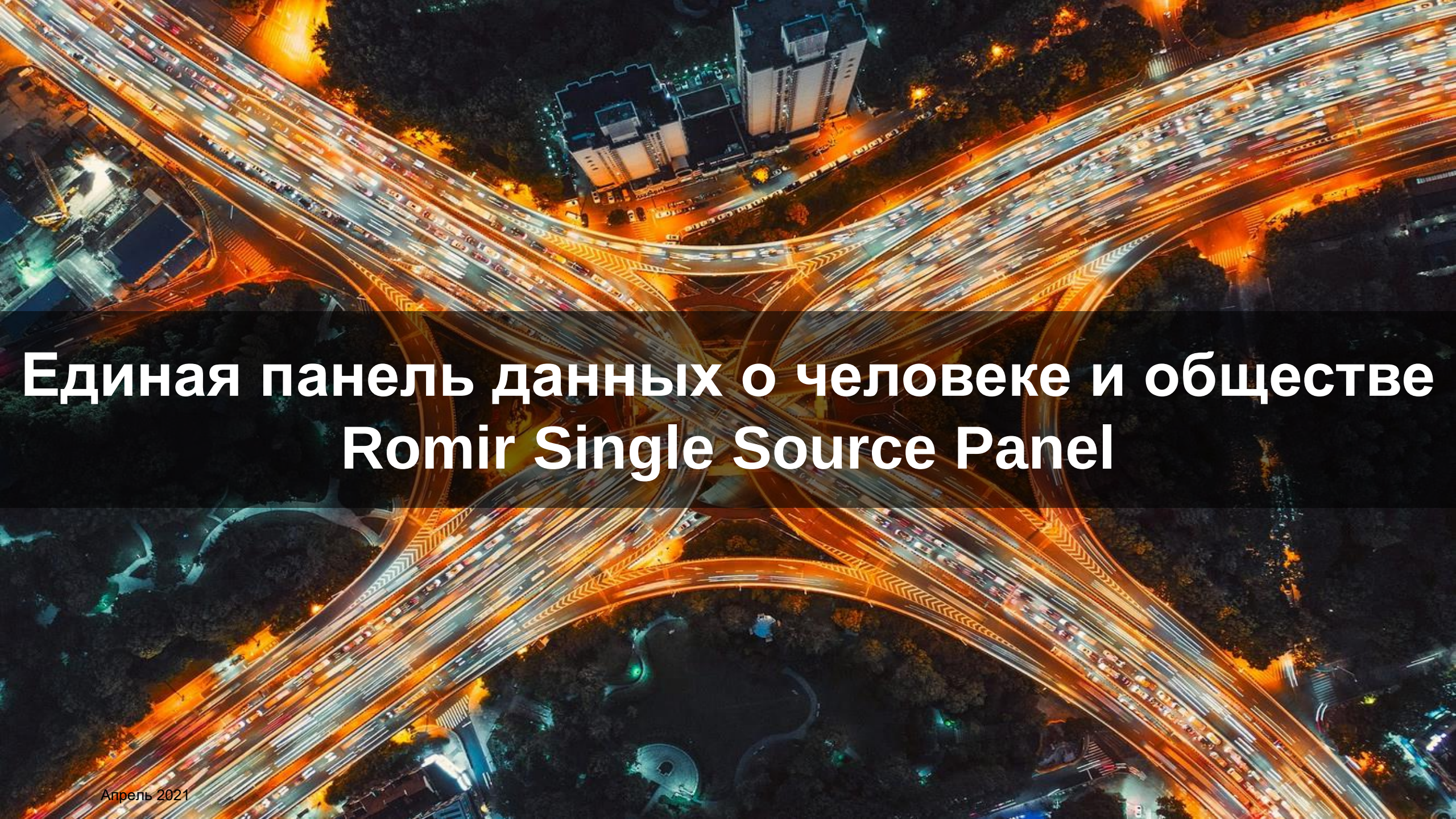
Данные о движении денежных средств

Невозможно получить целостную картину

- Низкая структурированность
- Плохая связанность на уровне мастер-данных (люди, объекты)
- Фрагментарность
- Отсутствие нужной степени детализации

Выход из кризиса – национальные лонгитюды, мониторинги, панели

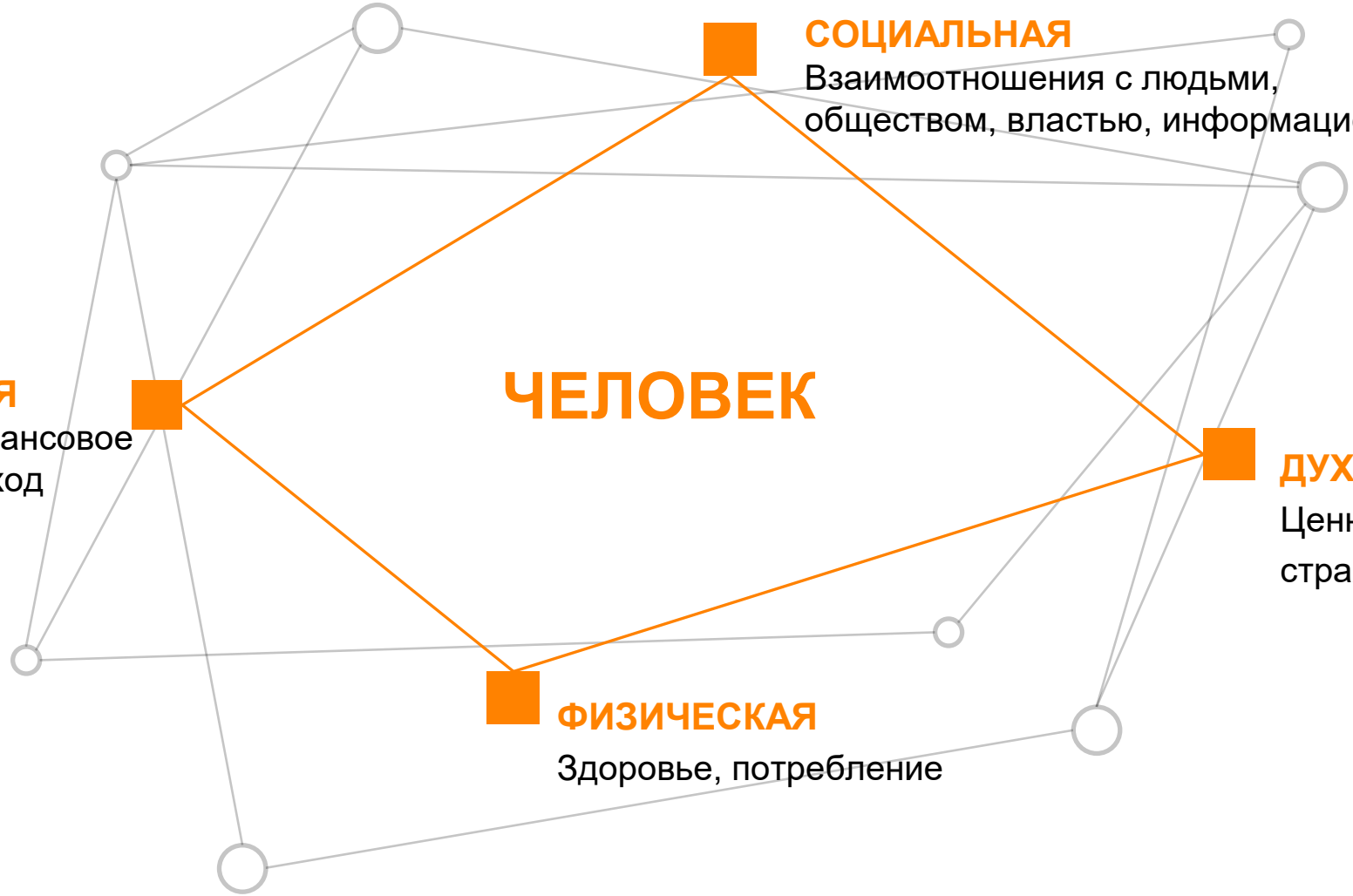
- **Тотальная цифровизация общества –** основа для новых инновационных методов социологических и маркетинговых комплексных многомерных исследований
- **Лонгитюды, мониторинги, панели - виды** регулярного, комплексного социологического, социально- психологического, экономического **исследования**
- Предполагает **неоднократное изучение одного и того же социального объекта** (реально и максимально идентифицированной) с определёнными временными интервалами по одной и той же программе исследования
- **Главная цель** – изучение тенденции развития или изменения психологического, социального, электорального, экономического процесса или явления во времени и пространстве
- Основываясь на принципах репрезентативности, **выводы распространяются на всю генеральную совокупность,** например, граждан РФ, жителей региона, низкодоходных россиян или поколение Z



Единая панель данных о человеке и обществе
Romir Single Source Panel

Апрель 2021

Комплексный, регулярный мониторинг человека и общества



СОЦИАЛЬНАЯ
Взаимоотношения с людьми, обществом, властью, информацией

МАТЕРИАЛЬНАЯ
Потребности, финансовое благополучие, доход

ДУХОВНАЯ
Ценности, культура, эмоции, страхи, настроения

ФИЗИЧЕСКАЯ
Здоровье, потребление

Методологический дизайн Romir Single Source Panel

Уровень детализации данных – **персональный уровень** каждого конкретного человека, а также **уровень семьи/домохозяйства**;

Фиксация:

- **домашнего и внедомашнего потребления** (на ходу, в машине, кинотеатры, АЗС и прочее),
- **трат на услуги и развлечения,**
- **геолокации покупки** (возможность like-for-like анализа);

Кросс-медиа **аналитика – медиа-предпочтений и интернет-поведение** определенной аудитории;

Регулярное проведение **таргетированных опросов** (таргет аудитория отбирается не на основании клейма, а данных о фактическом поведении человека).

Single Source Panel — инновационная технология

CONSUMER SCAN PANEL
40 000 панелистов
Россия 10+

DESKTOP BEHAVIOR PANEL

SINGLE SOURCE PANEL
4 000 панелистов
Россия 100+

Покрытие Панели Ромир

220

городов России
с населением
10 000+

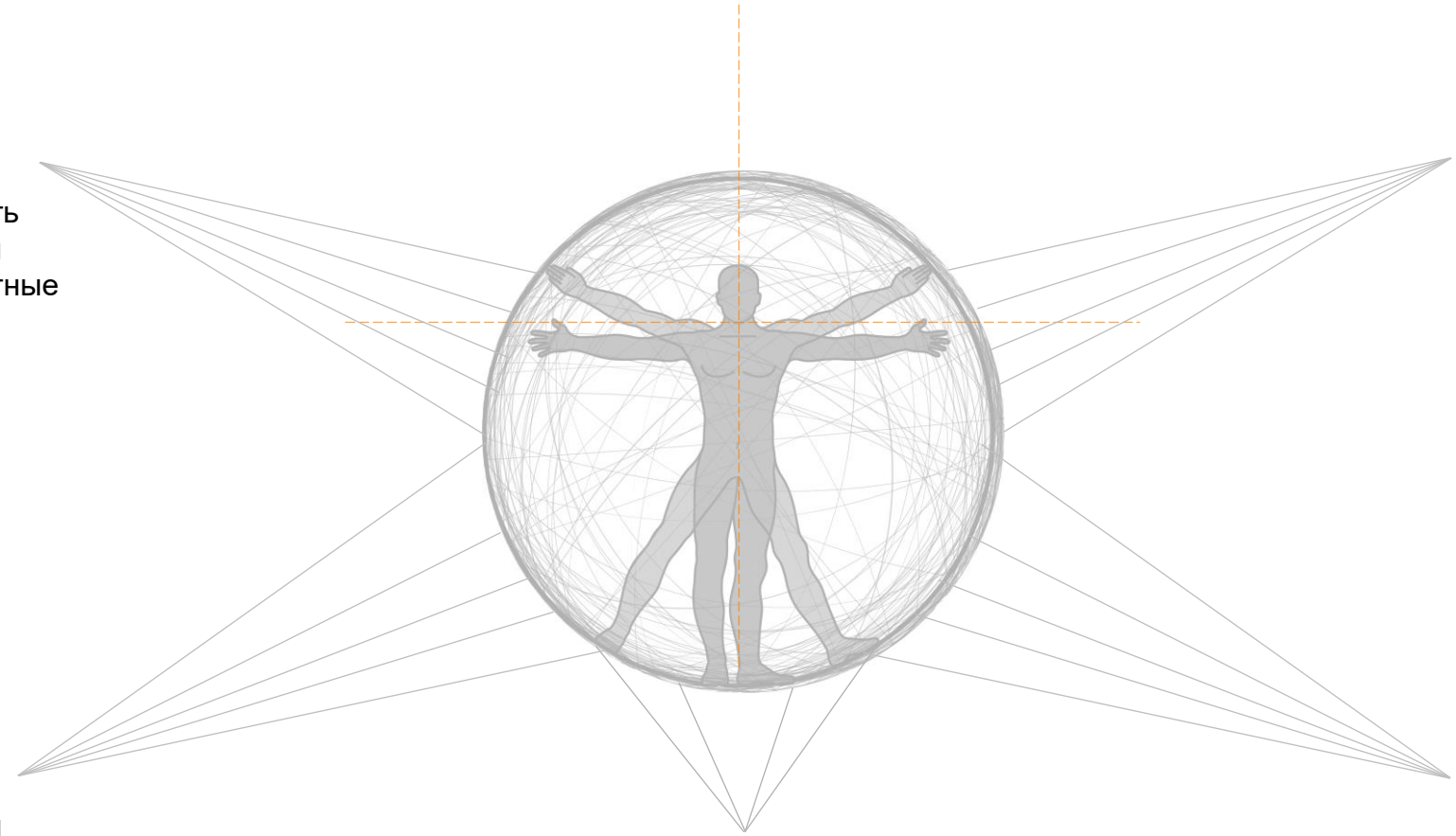
Что мы знаем о человеке?

Стиль жизни

- Медиа активность
- Занятия спортом
- Домашние животные

Потребление

- FMCG категории
- HoReCa
- Фармацевтика



Сервисы

- Салоны красоты
- Банковские сервисы
- Автосервисы

Базовые характеристики

- Пол / Возраст
- Доход
- Семья / Дети

Свободное время

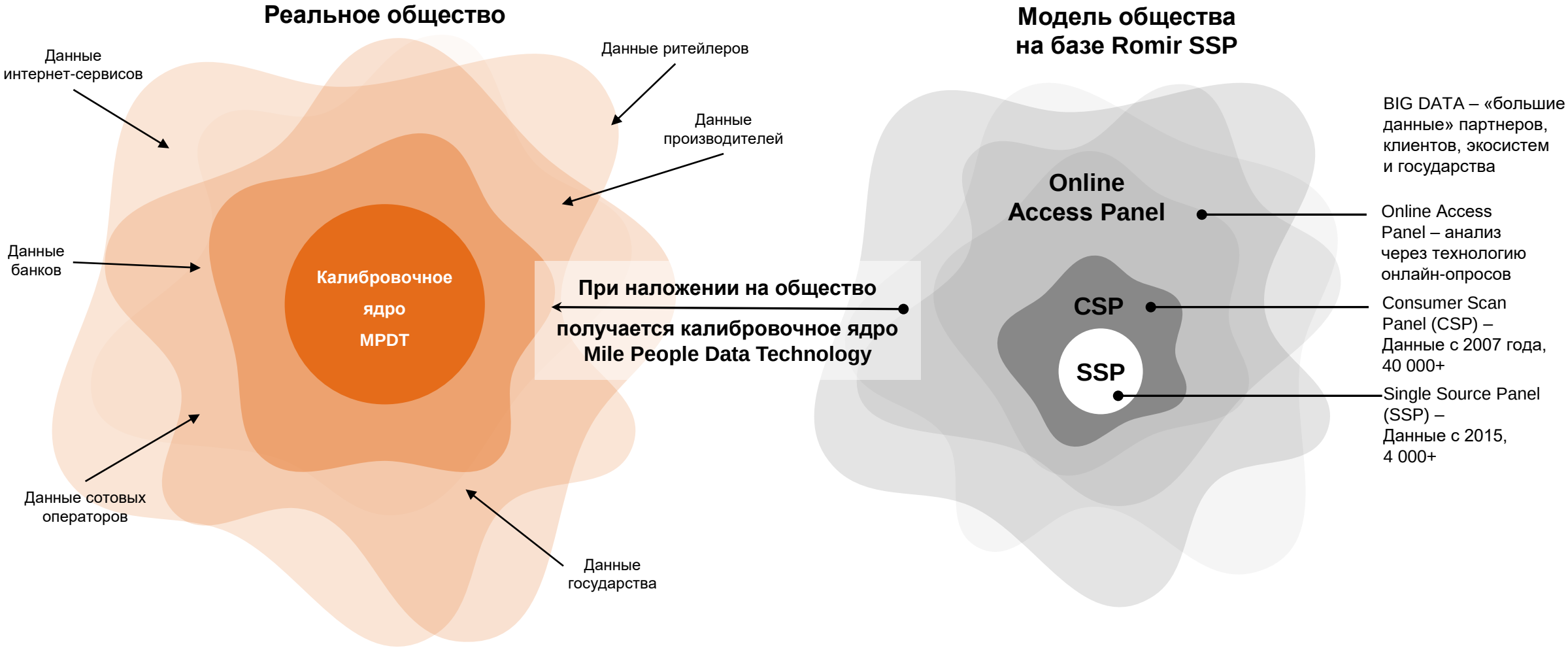
- Кино
- Рестораны
- Бары

Валидизация и обогащение больших данных MILE People Data Technology

Апрель 2021

MILE People Data Technology (Mile PDT)

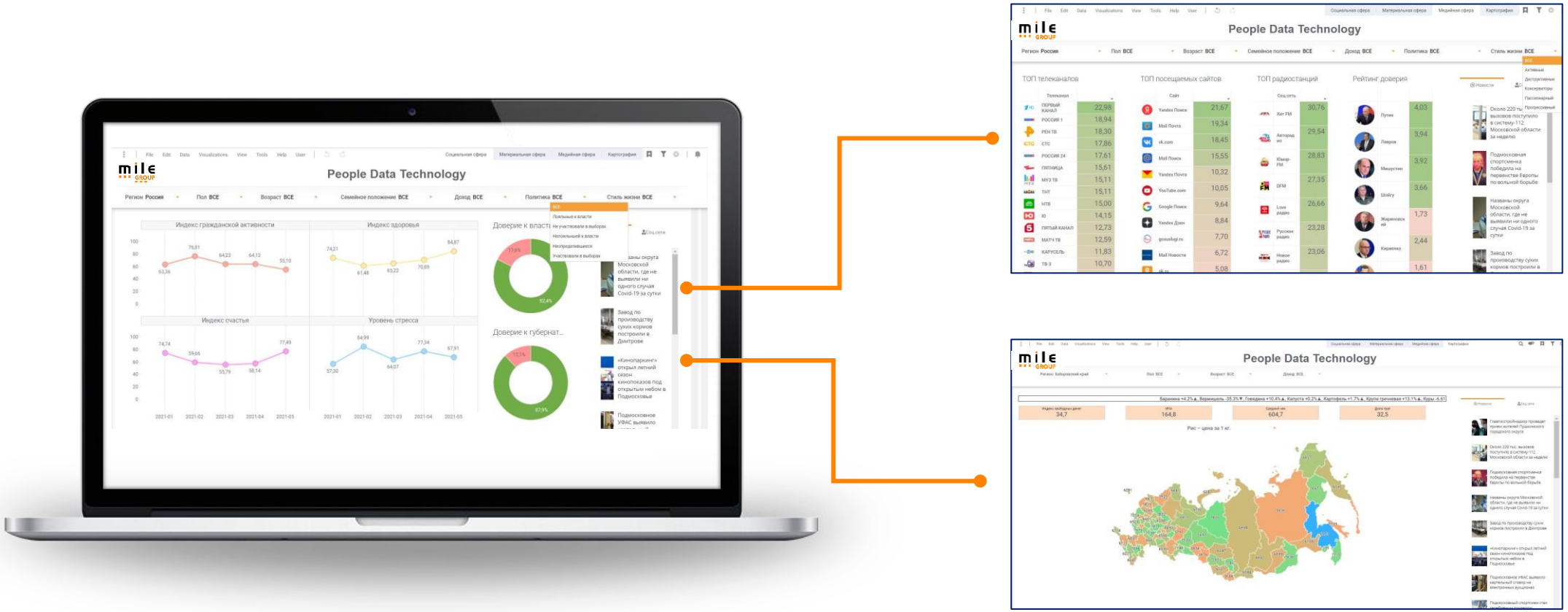
Технология MILE PDT обеспечивает постоянный цикл обогащения, верификации и глубокого анализа данных о человеческом поведении в онлайн и оффлайн средах для создания персонализированных коммуникаций и прогнозирования.



Решения и визуализация портала

Апрель 2021

Единая платформа управления и контроля эффективности

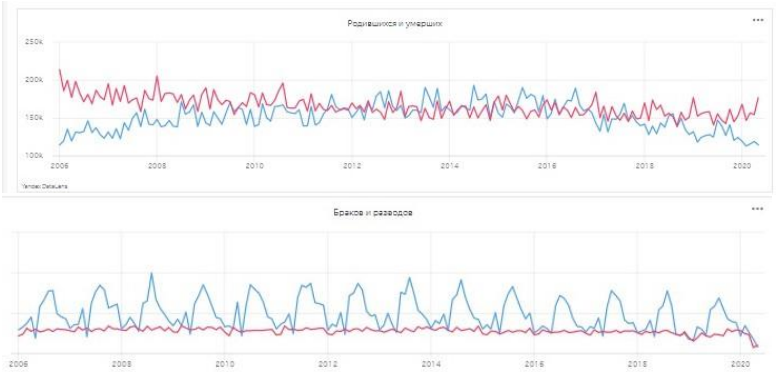


Единая платформа управления и контроля эффективности

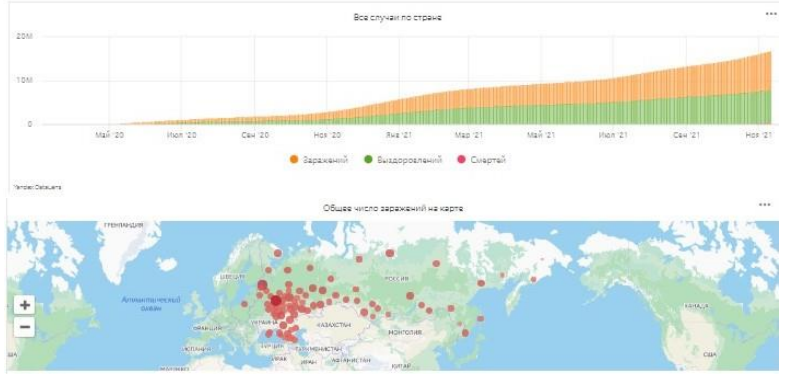
Индексы

Погода

Базовая социальная информация

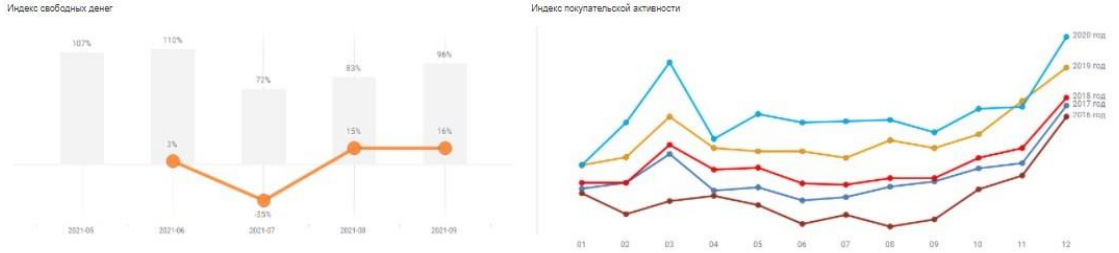


Ситуация с коронавирусной инфекцией

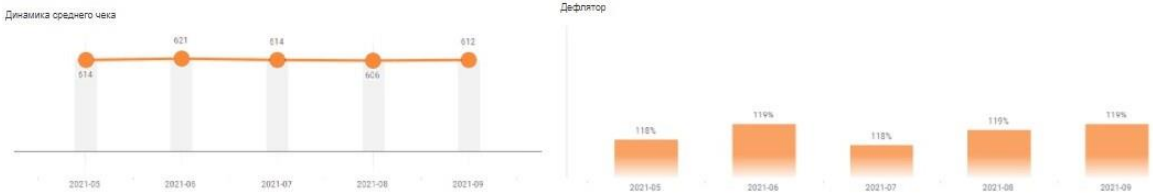


Единая платформа управления и контроля эффективности

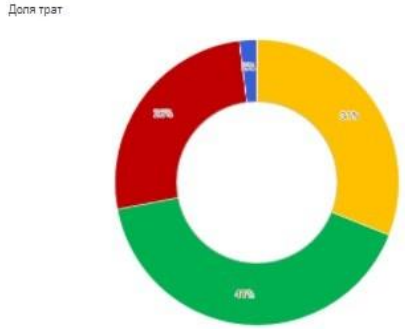
Индексы



Динамика среднего чека и дефлятор

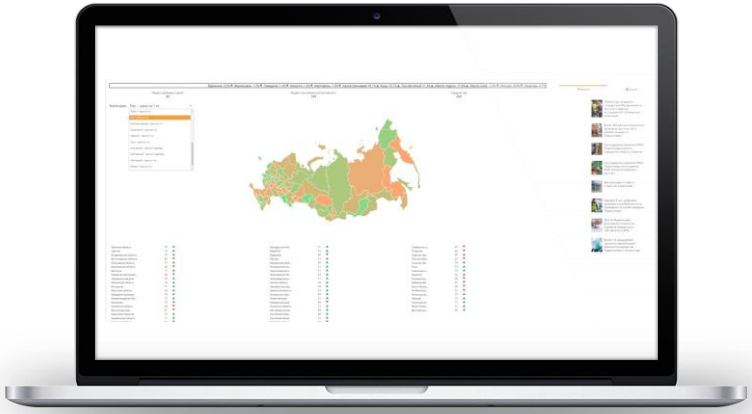


Структура кошелька покупателя



Динамика цен

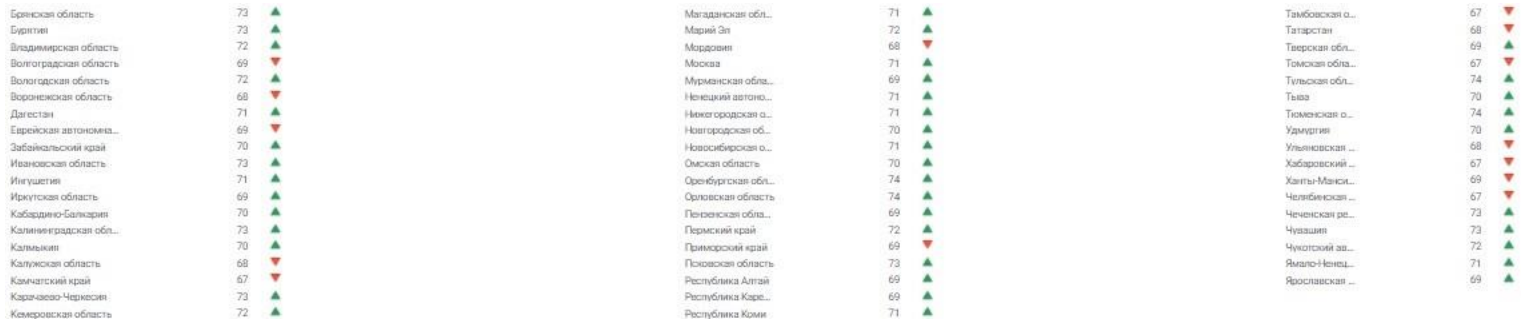
Единая платформа управления и контроля эффективности

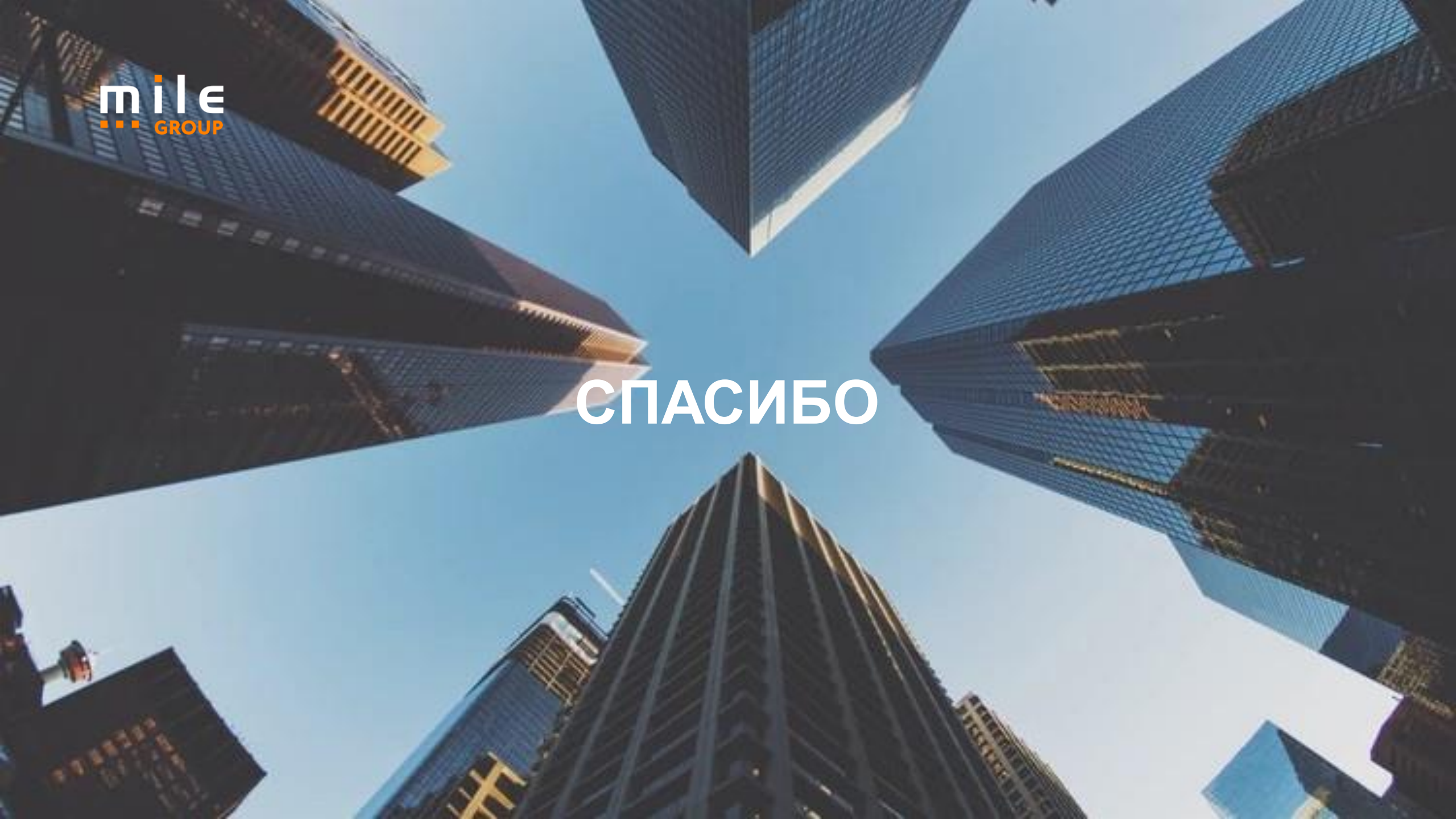


Тепловая карта по динамике показателей

Показатели по покупательским предпочтениям

Динамика показателей по регионам РФ




mile
GROUP
СПАСИБО