

Онлайн панель

Онлайн панель DigData – велика мережа думок

233 дослідницьких проектів
ми успішно реалізували

70 439 анкет заповнили респонденти
нашої онлайн панелі

125 000 користувачів по всій
Україні ми об'єднали

24 регіони
України

ОТС ПРЕПАРАТИ

ПОСЛУГИ

ПОБУТОВА ТЕХНІКА

E-COMMERCE

FMCG

ІНШІ КАТЕГОРІЇ

Онлайн панель Digdata – ідеальний ресурс для дослідження
споживачів більшості категорій послуг та продуктів

Онлайн панель DigData

Ми старанно **працюємо над збільшенням нашої онлайн панелі** використовуючи офлайн та онлайн методи рекрутингу, які включають соціальні мережі, рекламу, реферальну систему, а також партнерські проєкти.

+20 Т

щорічне
збільшення
панелістів

40

джерел рекрутинга
та 10% панелістів
залучених офлайн

3

роки розвитку онлайн
панелі для маркетингових
досліджень

Для підвищення лояльності респондентів ми заохочуємо їх до активності та постійно підтримуємо з ними зв'язок.

Постійний контроль якості допомагає отримати високий відгук, а наш персональний підхід до мотивації учасників опитування дозволяє забезпечити високу **достовірність результатів досліджень**.

Онлайн панель DigData дозволяє розробити **унікальні анкети** для потреб клієнтів. Це можливо завдяки спеціальному профілюванню, яке більш детально описано на наступних слайдах.

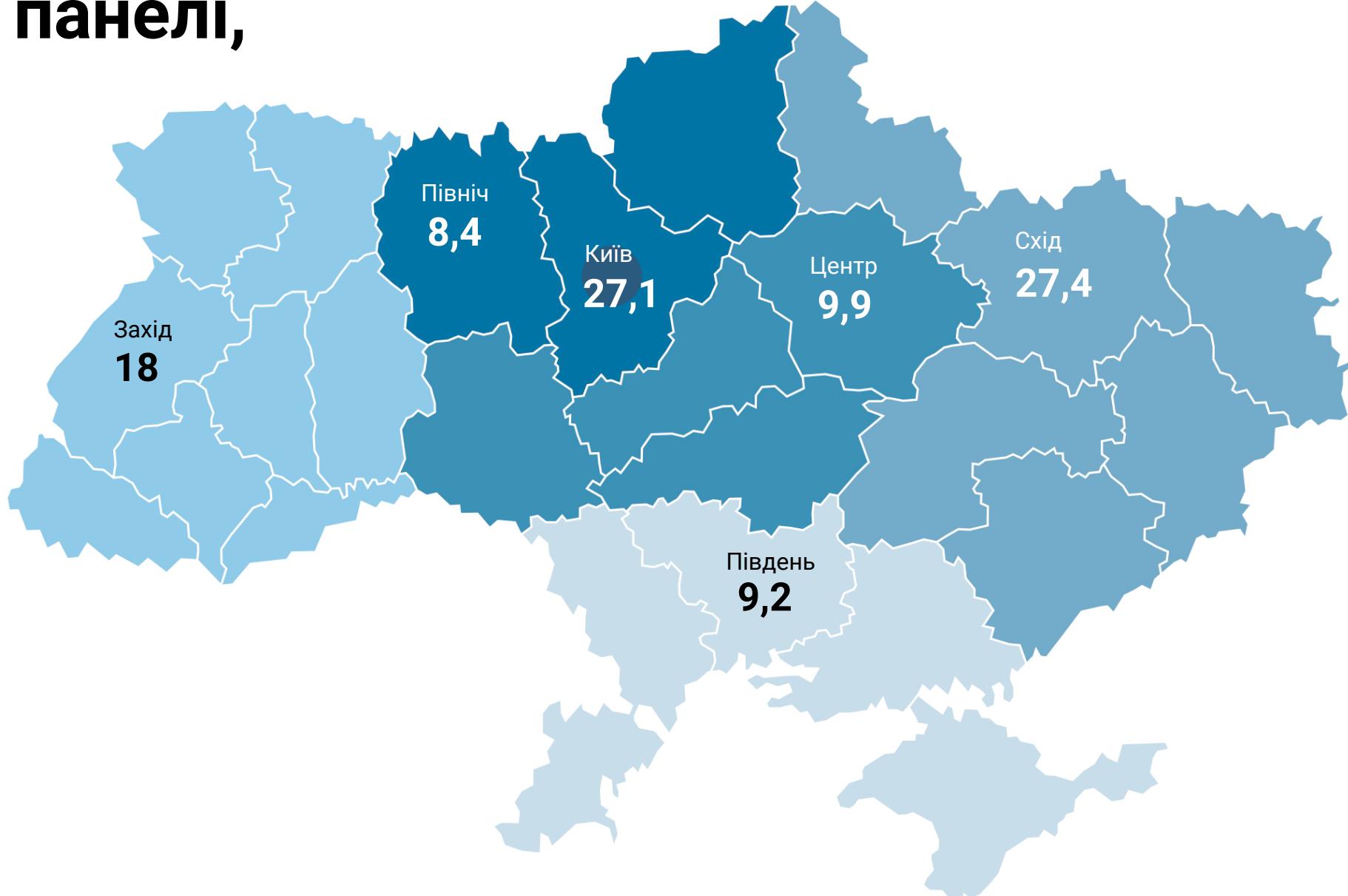


Структура панелі, географія

Структура
за розміром
населеного
пункту, %

55,6	> 500
25,2	101к – 500к
6,6	51к – 100к
11,1	< 50к

Структура за
регіонами, % ►



Структура панелі, демографія

71%

Рівень проникнення Інтернету в Україні
серед населення у віці від 15 років*

За даними дослідження проникнення Інтернету в
Україні III квартал 2019 року, Factum Group Ukraine

Загальна
кількість, %

53

Жінки, %

47

Чоловіки, %

16-29 років 27

30-45 років 52

45-59 років 17

16-29 років 32

30-44 років 52

45-59 років 13

16-29 років 21

30-44 років 52

45-59 років 21

Структура панелі, демографія

71%

Рівень проникнення Інтернету в Україні
серед населення у віці від 15 років*

За даними дослідження проникнення Інтернету в
Україні III квартал 2019 року, Factum Group Ukraine

Сімейний стан

- 36% Одружений (заміжня), цивільний шлюб, діти живуть разом
- 21% Живе з батьками/родичами
- 16% Одружений (заміжня), цивільний шлюб, дітей немає
- 8% Живе один (одна), дітей немає
- 5% Живе один (одна), є діти
- 5% Одружений (заміжня), цивільний шлюб, діти живуть окремо
- 4% Мешкає разом із друзями
- 5% Інше

Наявність дітей

- 56% Дітей немає
- 29% 1 дитина
- 13% 2 дитини
- 2% 3 дитини

Структура панелі: сфера зайнятості та дохід

71%

Рівень проникнення Інтернету в Україні
серед населення у віці від 15 років*

За даними дослідження проникнення Інтернету в
Україні III квартал 2019 року, Factum Group Ukraine

- 49% Постійна робота за наймом
- 10% Не працює, безробітний(на)
- 8% Навчається у ВНЗі
- 8% Працює неповний робочий день
- 6% Самостійно зайнятий працівник
- 6% Домогосподар(ка)
- 5% Приватний підприємець
- 3% Пенсіонер
- 1% Має середню спеціальну освіту
- 1% Людина з інвалідністю

Дохід

- 8% Високий
- 54% Середній
- 24% Низький
- 14% Немає відповіді

Доступний таргетинг

Реєстраційні дані. Доступні для 100% панелі

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ОСНОВНІ ПОКУПКИ	СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ	СІМЕЙНИЙ СТАН		
СТАТЬ	ВІК	МІСЦЕ ПРОЖИВАННЯ	ОСВІТА	КІЛЬКІСТЬ, ВІК ДІТЕЙ
ТИП НАСЕЛЕННОГО ПУНКТУ	ТИП ЗАЙНЯТОСТІ	ДОХІД СІМ'Ї		
ЧАСТОТА ІНТЕРНЕТ-ПОКУПОК	ТИП ІНТЕРНЕТ-ЗВ'ЯЗКУ	ПРОФЕСІЯ		

Додаткові дані. Доступні для 50% панелі

ІНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕР	МОБІЛЬНИЙ ОПЕРАТОР	ВИКОРИСТАННЯ АВТОМОБІЛЯ
НАЯВНІСТЬ АВТОМОБІЛЯ	ОПЕРАЦІЙНА СИСТЕМА СМАРТФОНУ	
Частота споживання найбільш популярних категорій товарів та продуктів харчування, напоїв		

Забезпечення постійного контролю якості

Для забезпечення якості, ми автоматично **перевіряємо інформацію про кожного респондента.**

Ми розробили власний алгоритм даних, для виявлення людей з атиповою поведінкою, такою як невідповідність інструкцій анкети та аномальна швидкість відповідей.

Ми проводимо активну переоцінку демографічних показників користувачів, щоб визначити тих, хто надає недостовірну інформацію.



Лояльність респондентів

Лояльність репондентів – запорука якості маркетингових досліджень.

Рівень відгуку на запрошення до участі в опитуванні складає більше 45%. Це говорить про активність та життєздатність нашої онлайн панелі. Для підвищення лояльності респондентів ми проводимо різні інтерактиви та міні-активації, а також заохочуємо активність проводячи розіграші цінних призів. Ми збільшуємо рівень довіри респондентів за рахунок постійної комунікації, а також оперативної підтримки у вирішенні різних питань.

Відсоток респондентів, які доходять до кінця анкети складає більше 90%, що говорить про високу якість анкет, які програмуються фахівцями Digdata.

Кількість тих, хто відписується від участі в наших дослідженнях: складає менше 0,28%, це підтверджує той факт, що лояльність наших респондентів знаходиться на високому рівні.

База: N=1000 (за результатами Омнібуса, квітень 2018)



Мотиви участі респондентів в онлайн опитуваннях Digdata

57% беруть участь в опитуваннях через можливість отримання винагороди

Кожен респондент, який пройшов опитування стає учасником розіграшу призів. Ми застосовуємо систему розіграшу подарункових сертифікатів та інших цінних призів (гаджетів, мобільної техніки та інш.).

Проте **отримання винагороди не є єдиним мотивуючим фактором для респондентів** нашої онлайн панелі. Інші мотиви:

54% подобається висловлювати свою думку

45% хочуть, щоб компанії враховували їхню думку

42% цікаво брати участь в опитуваннях

24% подобається Digdata-спільнота

14% подобається дізнаватися про новинки на ринку

База: N=1000 (за результатами Омнібуса, квітень 2019)

Фактори, які можуть перешкодити завершити проходження опитування

56%

Через нестачу вільного часу

25%

Через довжину анкети

Проблема нестачі вільного часу виникає у респондентів, незалежно від їх місця проживання, статі і віку. Завдяки спеціальному софту респонденти можуть проходити опитування в будь-який зручний час та з будь-якого пристрою.

Як свідчить наша дослідницька практика, найбільш оптимальна тривалість проходження опитування становить 10-15 хвилин.

База: N=1000 (за результатами Омнібуса, квітень 2019)

Якість та принципи роботи

Наша компанія дотримується Міжнародного кодексу ICC/ESOMAR маркетингу та соціальних досліджень, гарантуючи високу якість та етичну практику досліджень.

Докладніше про роботу системи контролю якості послуг, а також про етичні питання, пов'язані з проведенням маркетингових досліджень, ви можете дізнатися за [посиланням](#)



ESOMAR
member



Director

Оксана Макарчук

+38 093 339 92 72

oksana@digdata.com.ua

Operational and Client Service Director

Наталія Чумаченко

+38 096 655 43 32

natalia@digdata.com.ua

Senior Analyst

Людмила Балан

+38 098 114 76 57

luidmila@digdata.com.ua

**Ми відкриті до
нових проектів!**

digdata.com.ua [facebook](#) [linkedin](#)