

Общайтесь напрямую с потребителем

или

Опросы без интервьюеров

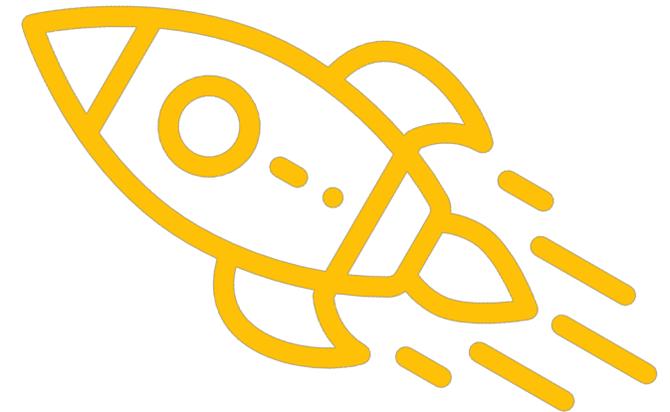


Задайте два простых вопроса

Задайте два элементарных вопроса, на которые можно ответить только **да** или **нет**.

К примеру:

- Полетим ли мы на Марс?
- Есть ли у вас собака?
- Играете ли вы в компьютерные игры?



Краудсорсинг

Волонтёрский



Платный

Способ привлечь к решению различных задач неограниченную группу исполнителей



Волонтёрский краудсорсинг

Волонтёрский



Платный

- Идейная мотивация
- Качество
- Плохо масштабируется

Хорошо подходит для выбора логотипа или улучшения работы сервиса компании.

P.S. Для Wikipedia тоже хорошо подойдет



Платный краудсорсинг

Волонтёрский



Платный

- Финансовая мотивация
- Высокая эффективность
- Хорошо масштабируется

«Хорошо подойдет для проведения полевых исследований для Retail и FMCG компаний.»

© Кирилл Непомнящий



Streetbee в цифрах

21

Страна
присутствия

2M+

Заданий
выполнено

800K+

Магазинов
проверено

1M+

Агентов
подключено

20+

Каналов проверок

100%

Проверено
отчетов



Кто такие агенты Streetbee?



Пол



Семейное положение



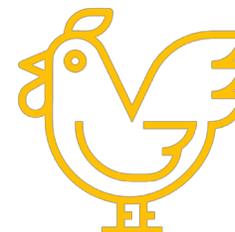
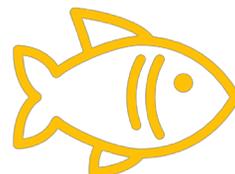
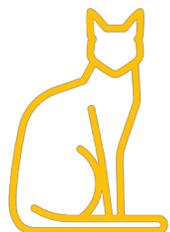
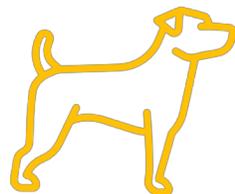
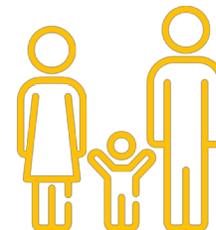
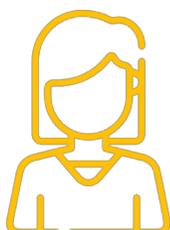
Дети



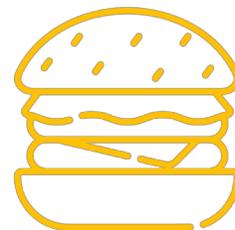
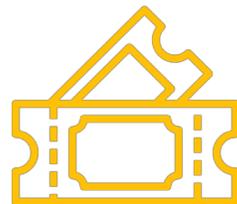
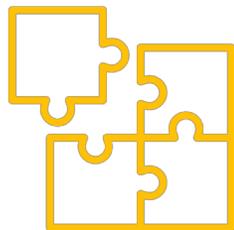
Домашние питомцы



Увлечения



Что они делают?



Досуг



Игры



Рестораны



Наличие транспорта



Магазины



Агенты Streetbee = Потребители

200

Отчетов в
первые минуты

1500

Отчетов в
первый день

20

Типов
вопросов

98%

Прохождения
опросов

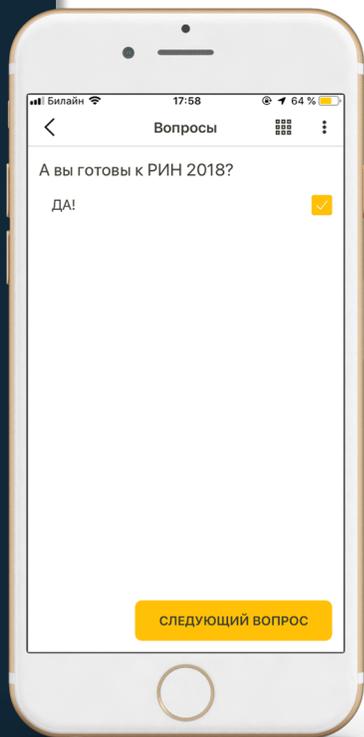
min

Порог входа

max

вовлеченность

Общайтесь напрямую с потребителем



Плюсы использования мобильного приложения для проведения опросов:

- Прямое общение
- Низкий порог входа
- Большой охват аудитории
- Высокая эффективность
- Готовая аналитика полученных данных

Streetbee Pro

Механика

200

Отчетов в первые минуты

1500

Отчетов в первый день

20

Типов вопросов

98%

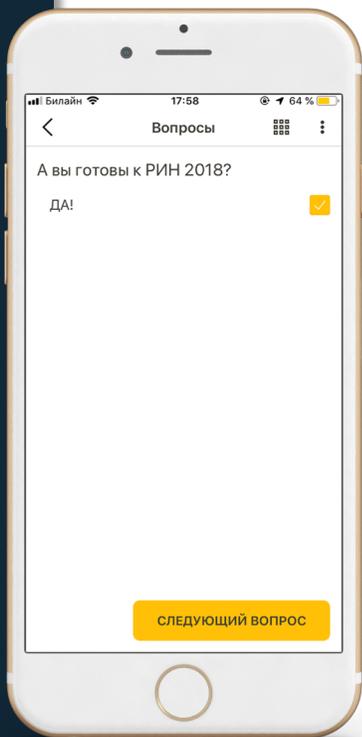
Прохождения опросов

min

Порог входа

max

вовлеченность



1

Сценарий задания создается в онлайн кабинете и публикуется в мобильном приложении



2

Агенты Streetbee получают уведомление о новых опросах/заданиях и приступают к выполнению



3

Все полученные отчеты проходят дополнительную проверку

4

Клиент получает оперативные данные в реальном времени



Streetbee Pro

max
Скорость

max
Точность ЦА

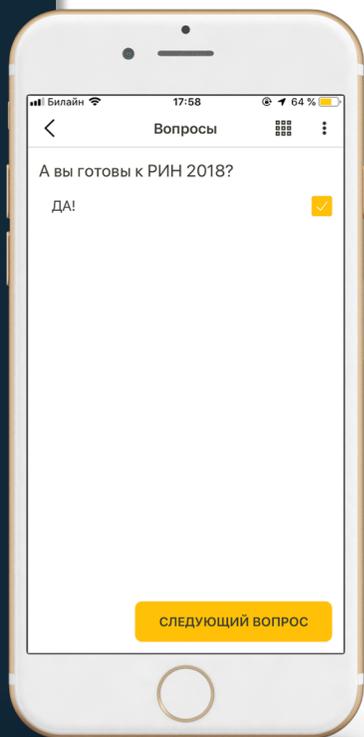
max
Вовлеченность

98%
Конверсия

min
Порог входа

min
Расходы

Streetbee



low
Скорость

min
Точность ЦА

min
Вовлеченность

low
Конверсия

min
Порог входа

max
Расходы

Традиционные методы



Мифы о краудсорсинге

Мифы

1

2

3

4

5

**КРАУД ХУЖЕ ПОСТОЯННЫХ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
СОТРУДНИКОВ**



Мифы

1

2

3

4

5

ТЫ НИКОГДА НЕ ЗНАЕШЬ, КТО РАБОТАЕТ НА ТЕБЯ



Мифы

1

2

3

4

5

КРАУДУ НЕЛЬЗЯ ВЕРИТЬ

Мифы

1

2

3

4

5

КРАУД – ЭТО ДОЛГО И ДОРОГО



Мифы

1

2

3

4

5

КРАУД НЕ ГОТОВ ЧТО-ТО ДЕЛАТЬ БЕСПЛАТНО



Кейсы Streetbee



Наши проекты



Кейс 1: Тайный покупатель в аптеках

- 267 точек
- 30 городов
- Месяц



Кейс 3: Кому покупали сладости?

- 1700 чел опрошено
- Вся Россия
- Месяц



Кейс 2: Шоколадные батончики

- 4000 чел опрошено
- 400 выборка
- Вся Россия

Кейс 4: А вы получили пробники?

- 3000 чел опрошено
- 1000 чел выборка
- 3 страны
- 132 городов





Кейс 1

Аптек

267 точек

География

30 город России

Время

месяц

■ Женщины

■ Мужчины

Тайный покупатель в аптеках

Цель проекта

Проверить рекомендации фармацевтов



География

Архангельск, Астрахань, Владивосток, Волгоград, Волжский, Воронеж, Екатеринбург, Иркутск, Казань, Калининград, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Москва, Н. Новгород, Новороссийск, Новосибирск, Омск, Пермь, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Сочи, Тверь, Томск, Уфа, Хабаровск, Челябинск, Ярославль



Кейс 1

Аптек

267 точек

География

30 город России

Время

месяц

■ Женщины

■ Мужчины

Тайный покупатель в аптеках

Задачи

1. Спрашиваем рекомендацию средства от боли в суставах
2. Просим порекомендовать хондро протектор для лечения суставов
3. Спрашиваем о наличие препарата X и есть ли аналогичные продукты
4. Фотографируем выкладку продукции



Панель

более 4000 чел

Выборка

400 чел

География

Вся Россия

Шоколадные батончики

Отдел продаж бьет тревогу:

Из обратной связи от потребителей выяснилось, что после ребрендинга, шоколадные батончики в новой упаковке воспринимаются как подделка!

Цель проекта

1. Определить восприятие потребителями ребрендинга и как он влияет на намерение купить данный продукт: ассоциируется ли данный продукт с подделкой?
2. Проверить восприятие потребителей новых слоганов.

Кейс 2

Панель

более 4000 чел

Выборка

400 чел

География

Вся Россия

Похоже на подделку?



Шоколадные батончики

Панель

более 4000 чел

Выборка

400 чел

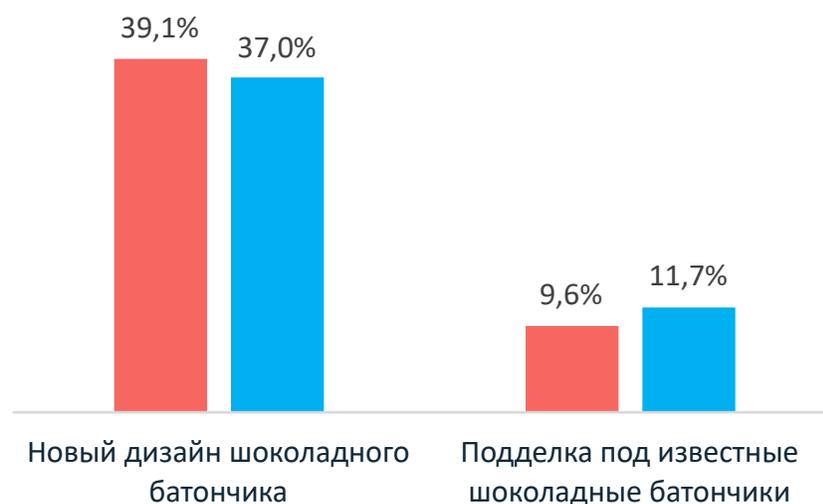
География

Вся Россия

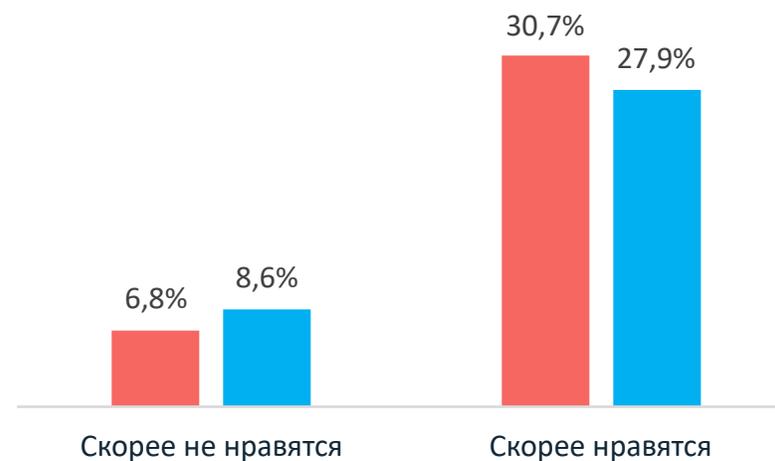
Женщины

Мужчины

Как восприняли новый дизайн упаковки?



Нравятся ли Вам новые слоганы?



Кейс 3

Панель

более 1700 чел

География

Вся Россия

Время

Месяц

Кому покупали сладости?

Цель проекта

Определить конечного потребителя для высоких импульсных категорий по трем каналам: гипермаркеты, супермаркеты и традиционная розница.

Вопрос:

Кто основной потребитель сладостей из прикассовых зон?

Кейс 3

Кому покупали сладости?

- Себе
- Детям
- Кому-то еще

Что покупали?

- Жвачка
- Шоколадки
- Растворимый кофе
- Детские конфеты
- Конфеты без шоколада
- Семечки

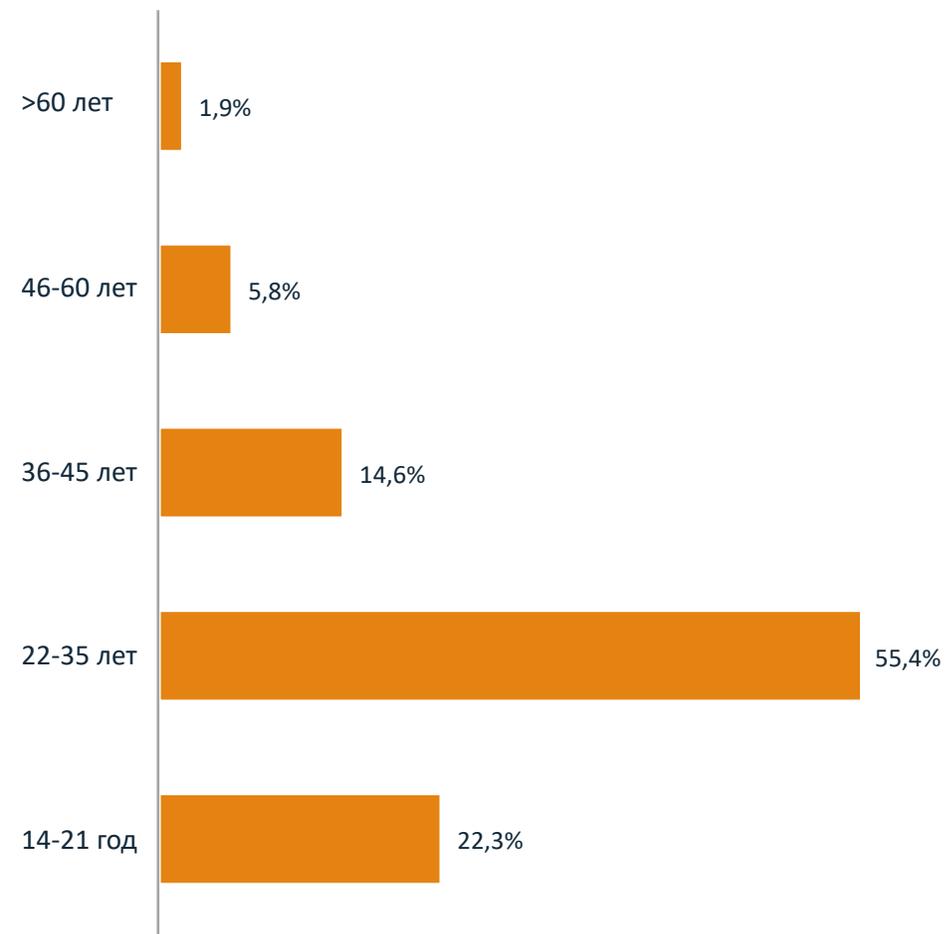
Кому покупали сладости?



Аудитория по полу



Возрастные группы потребителей



Кейс 4

Панель

более 3000 чел

Выборка

1000 чел

География

3 страны
132 города

■ Женщины

■ Мужчины

А вы получили пробники?

Цель проекта

Узнать доходят ли пробники



Механика



Заказать
пробник



Дождаться
посылки



Получить
посылку

Кейс 4

Панель

более 3000 чел

Выборка

1000 чел

География

3 страны
132 города

■ Женщины

■ Мужчины

А вы получили пробники?

Получили пробники:

Всего – **28%** от опрошенных

Из городов с населением более 500т - 63%

Города с населением меньше 500т – 37%





Что ответил нам крауд?

Поиграем в ассоциации?

1. Выберите товар

К примеру

2. Назовите несколько ассоциаций

- Пятница
- Вкусное
- Мужественное
- Дорогое
- Вредное
- Кола



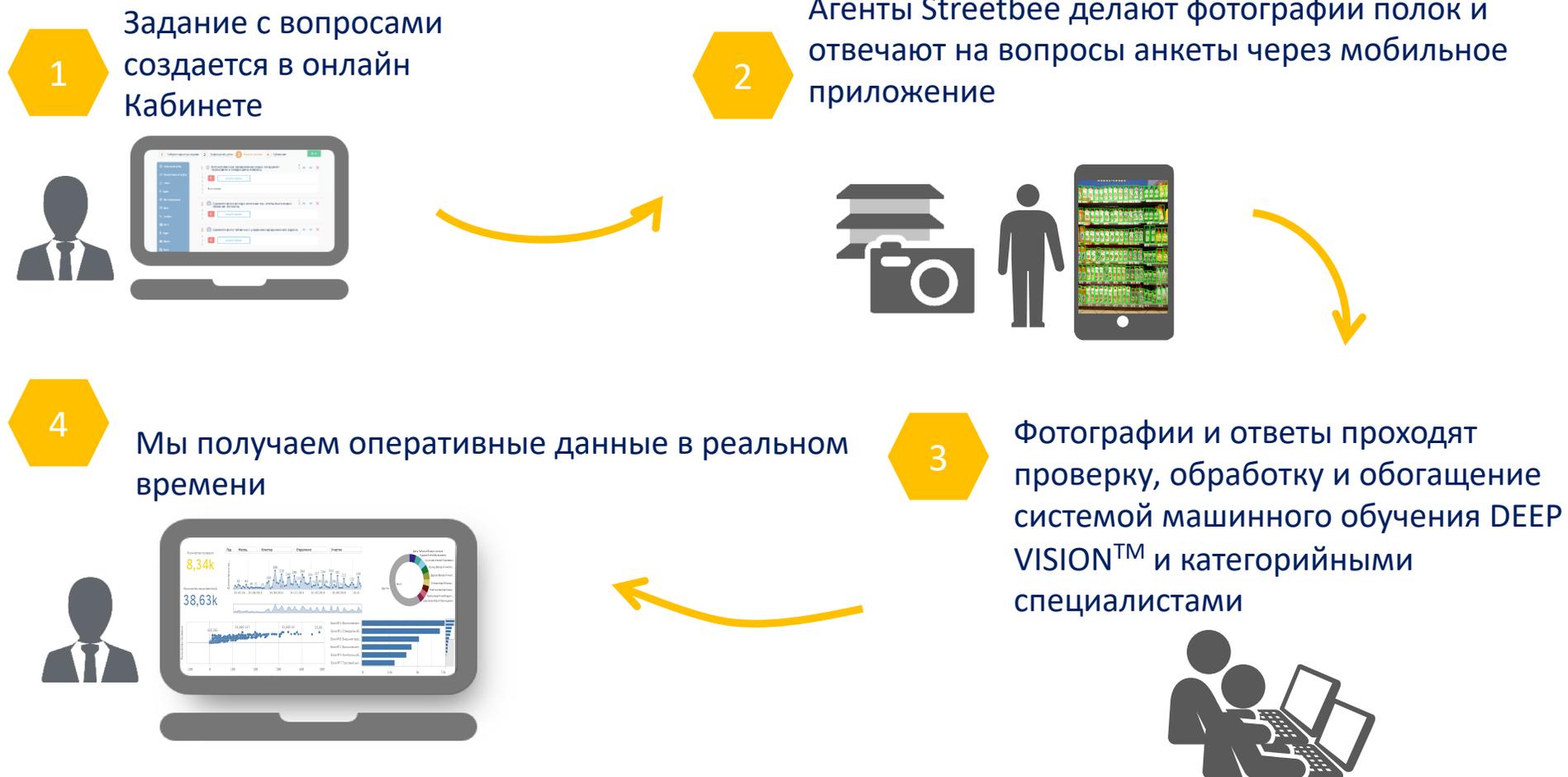
И кое-что еще...

Видеть глазами потребителя



- Доля полки в фейсингах / ассортименте
- Наличие продукта на полке (OSA) / Автофросток (OOS)
- Соответствие планограмме
- "Регулярные" и "Промо" цены
- Наличие промо-материалов (POSM) и т.д.

Как видеть глазами потребителя?



Как работает распознавание изображений



Сок J7 0,95 Томат





Видеть глазами потребителя

Ритейл-аудит в традиционном канале

- 10,000 торговых точек
- >200 городов
- Сбор <3 недель

Ритейл-аудит в традиционном и современном каналах

- 3,500 адресов
- 50+ городов
- Сбор <2 недель



Контакты



Кирилл Непомнящий
Генеральный директор Streetbee
kn@streetbee.ru



Илья Александров
Ведущий менеджер по маркетингу
ilya.aleksandrov@streetbee.ru