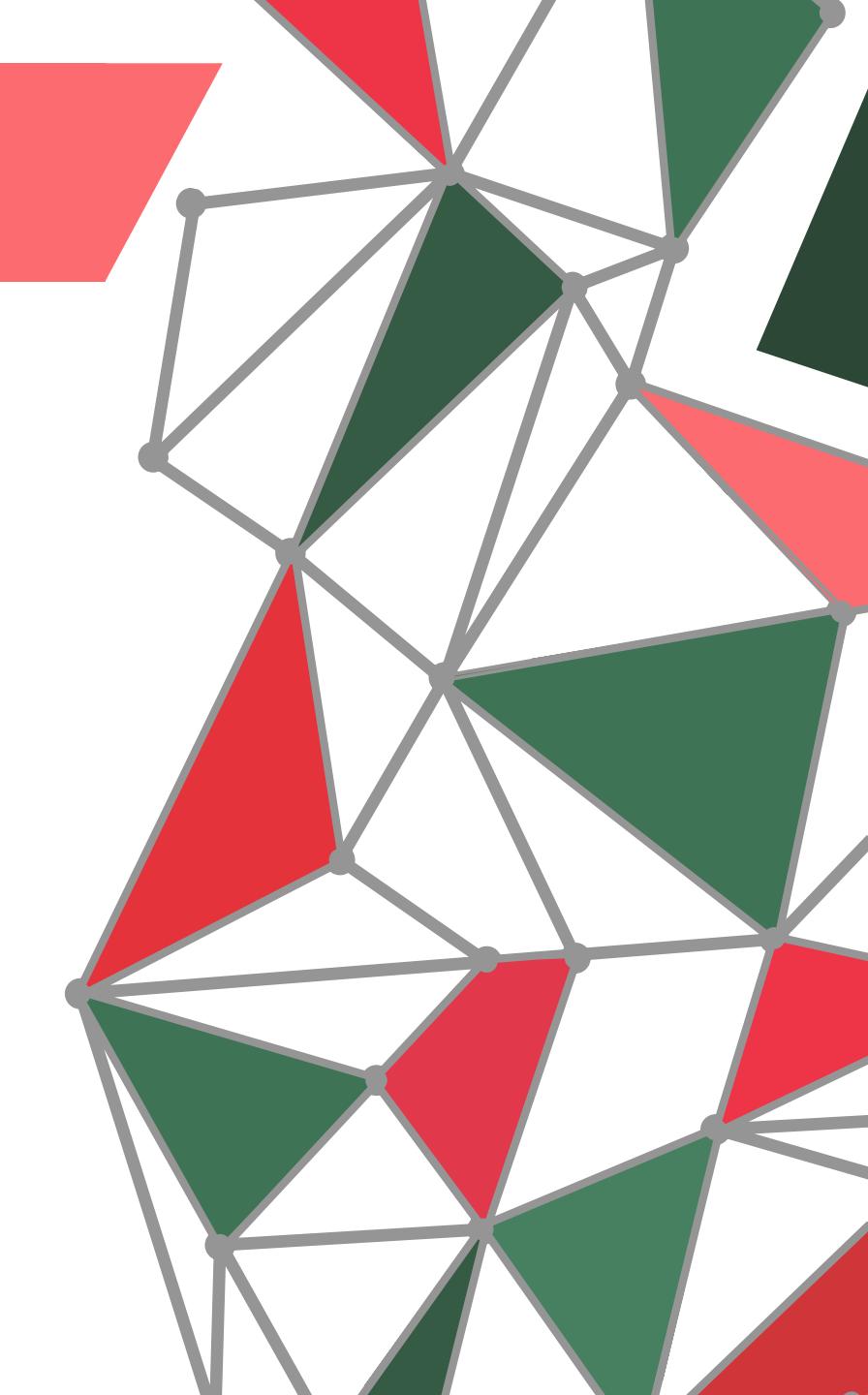


Инструменты стратегического анализа конкурентной среды

**ТОЛСТЯКОВ
Роман Рашидович**

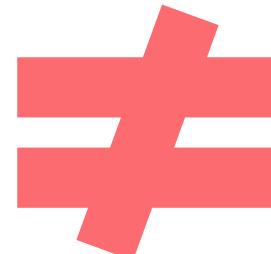


Виды исследований

Качественные

10, 20, 30 чел.

Наблюдение, интервью



Можно сформулировать гипотезу

Какие есть проблемы, потребности, как улучшить продукт или услугу

Количественные

100, 500, 1000 чел.

Опрос, эксперимент

Проверка гипотезы

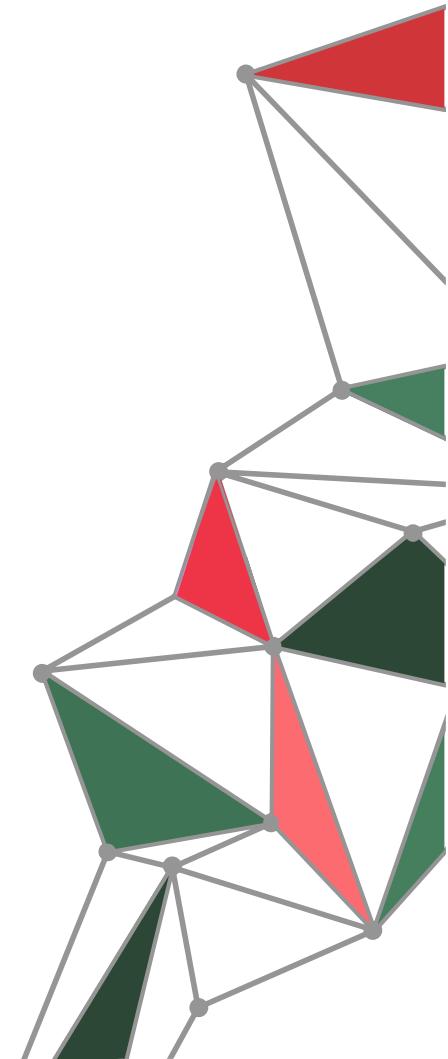
Размер рынка

Диапазон цены

Лояльность потребителя

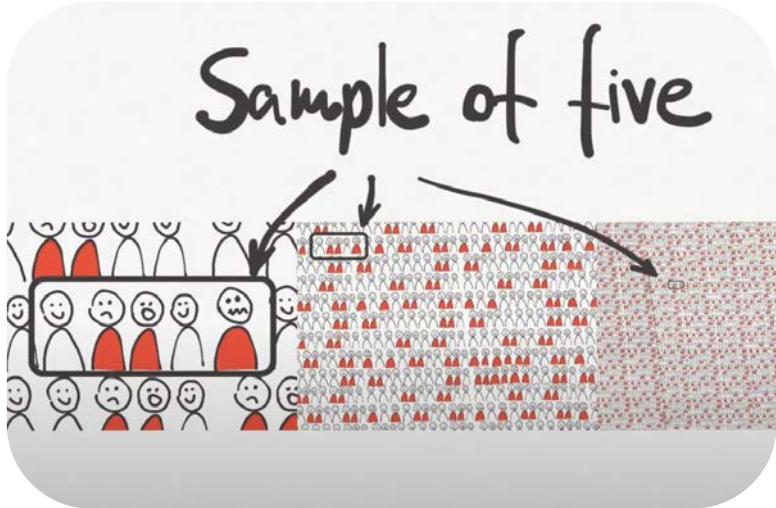
Узнаваемость марки

01



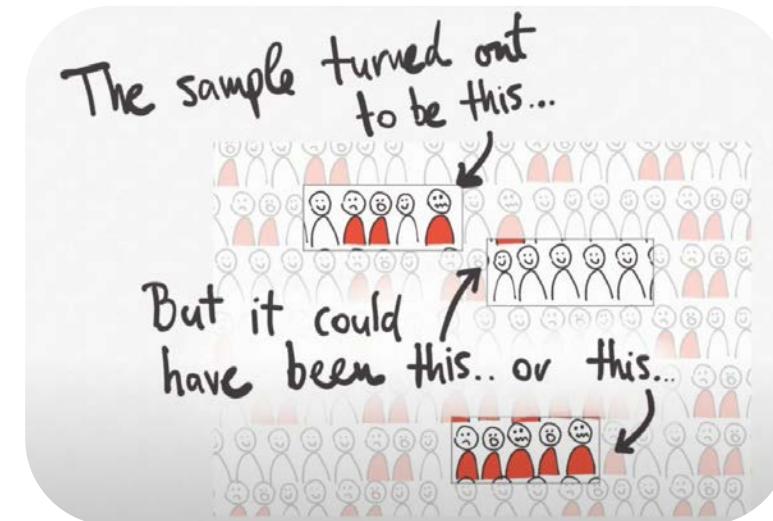
Выборка: зачем все это

Tiburon

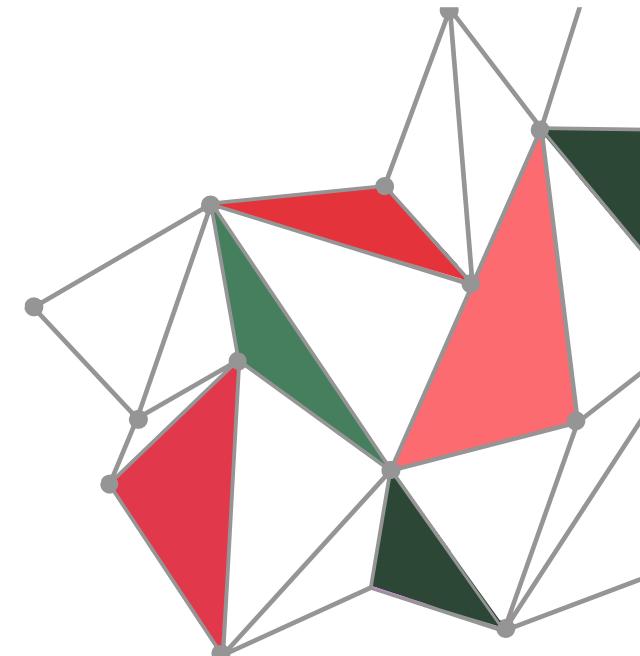


02

Трое из Пяти это сколько ?



Артем
Тинчурин



Выборка: сколько «вешать» ?

Точность:

$\pm 10\%$

$\pm 7\%$

$\pm 5\%$

$\pm 3\%$

Выборка (человек):

100

200

400

1000

100 человек

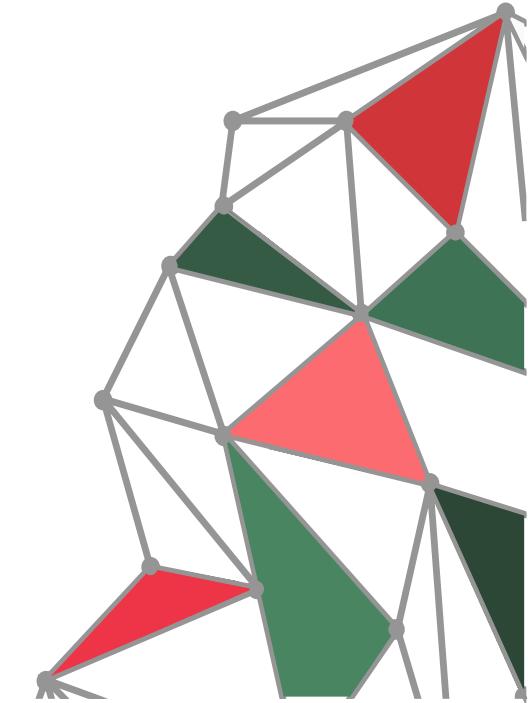
От 20 до 40%



1000 человек

От 27% до 33%

03



Анкета – наше все

Вежливость

Цените время респондента

«Вы» - пишется с большой буквы

Уместите все вопросы на одну страницу

От простого к сложному

Открытые вопросы – это «химера»

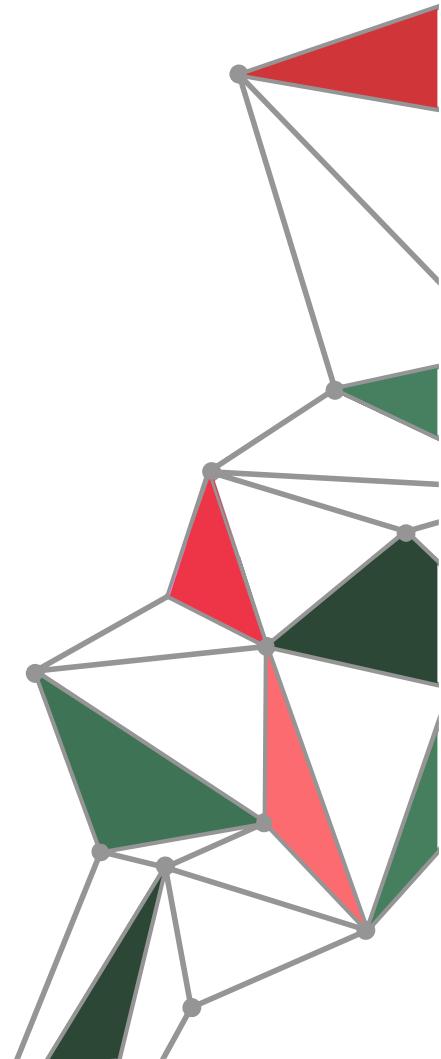
за редким исключением но об этом позже

Количественная оценка

Мало /много, часто / редко

Не давайте шанса «шланговать»

Варианты ответов – единый подход



Вежливость + время + «Вы»

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ5KIGCn-AiKuJQPiQ3YZnKqsTNccsseq2qiyG9xylbEPig/viewform>

"Диагностика готовности девушки/
женщины к рождению ребенка на
основе выхода из зоны комфорта."

**"Диагностика готовности девушки/
женщины к рождению ребенка на
основе выхода из зоны комфорта."**

Приветствую вас мои дорогие девушки и женщины!

Большое спасибо, что смогли уделить моему исследованию свое время.

Ответьте пожалуйста на все вопросы честно и вдумчиво - от этого зависит точность
моей будущей диагностической программы.

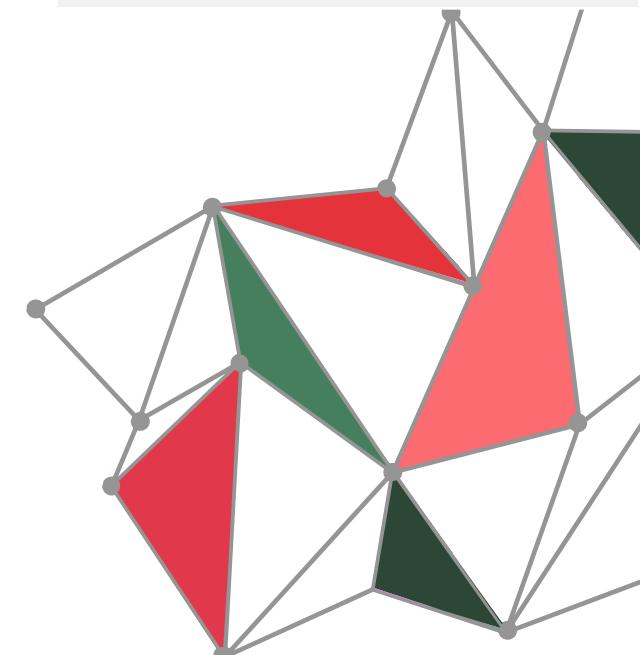
Исследование абсолютно конфиденциально.

Заранее спасибо!

- X Визуальное оформление
- ✓ Приветствие
- ✓ Цель исследования
- X Время на прохождение
- X «Вы»
- ✓ Благодарность

Род деятельности *

Мой ответ



Вежливость + время + «Вы»

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfOG9njhhQaqnBwg0znjlAZuZy9codKIHjT1GAycT8TL008tw/viewform>

Оформление заказа в Мегамаркете

Спасибо, что уделили время для опроса. Это займет 2-3 минуты.

Оформление заказа в Мегамаркете

Спасибо, что уделили время для опроса. Это займет 2-3 минуты.

tolstyakoff@mail.ru Сменить аккаунт

✉ Совместный доступ отсутствует

*Обязательный вопрос



Визуальное оформление



Приветствие



Цель исследования



Время на прохождение

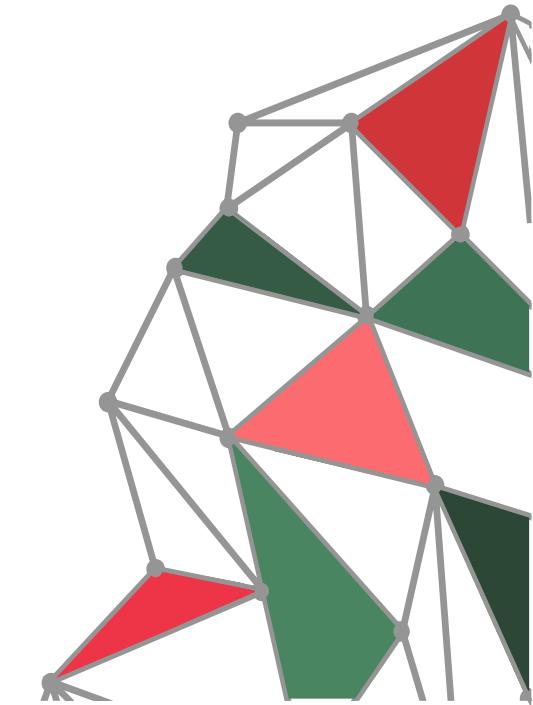


«Вы»



Благодарность

06



Вежливость + время + «Вы»

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf0CxzLtt5W6HqXMb1bDeB42F6A-MN71SjqJZxJzN-6GXx0w/viewform



Здравствуйте! Задумывались ли Вы или члены Вашей семьи над тем, чтобы улучшить свои знания и навыки иностранного языка ? Уделите не более 2-3 минуты на заполнение этой анкеты и получите бонус на обучение в языковой школе.

Заранее благодарны за Вашу искренность

- Нет
- Да, детский сад
- Да, начальные классы

- Визуальное оформление
- Приветствие
- Цель исследования
- Время на прохождение
- «Вы»
- Благодарность

От простого к сложному

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfbaw67Qu_lExH6t6s6FOpf8pcpGXfAeizEEPdGfS1rjTUpQ/viewform

Личная информация *

Общие вопросы

Шкалы

Открытые вопросы

Чем вы занимаетесь? *

Мой ответ



08

Поиск и выбор фильмов в онлайн-кинотеатре Кинопоиск

Привет!

Я – Алёна, UX/UI дизайнер, провожу учебное исследование на тему того, как пользователи Кинопоиска ищут и выбирают фильмы и сериалы для просмотра. Хочу узнать, насколько хорошо работает текущая система поиска, чтобы выявить её недостатки и понять, как можно улучшить. Ваши ответы помогут в этом разобраться (:)

Прохождение опроса займёт 3-5 минут.

tolstyakoff@mail.ru Сменить аккаунт

Совместный доступ отсутствует

*Обязательный вопрос

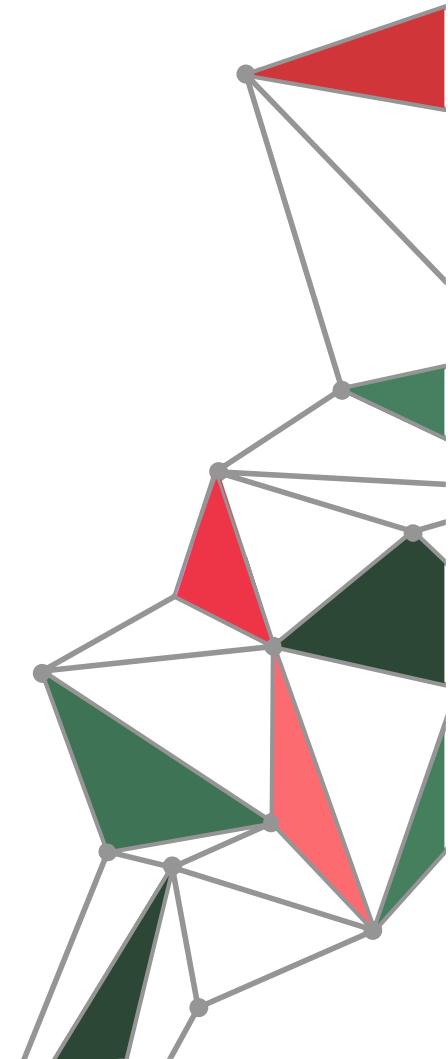
Сколько вам лет? *

- 18 – 24
- 25 – 34
- 35 – 44

- С телевизора
- С планшета
- С телефона
- Другое: _____

Как часто вы пользуетесь Кинопоиском для поиска и выбора фильмов? *

- Ежедневно



Единый подход к ответам

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdGCuUu46nk-W0FSavVzbkOLZk5Js5DNZXue7ncpt4QmTI_Q/formResponse

1. К какой возрастной группе вы относитесь? * 4. Как часто вы покупаете спортивные товары? *

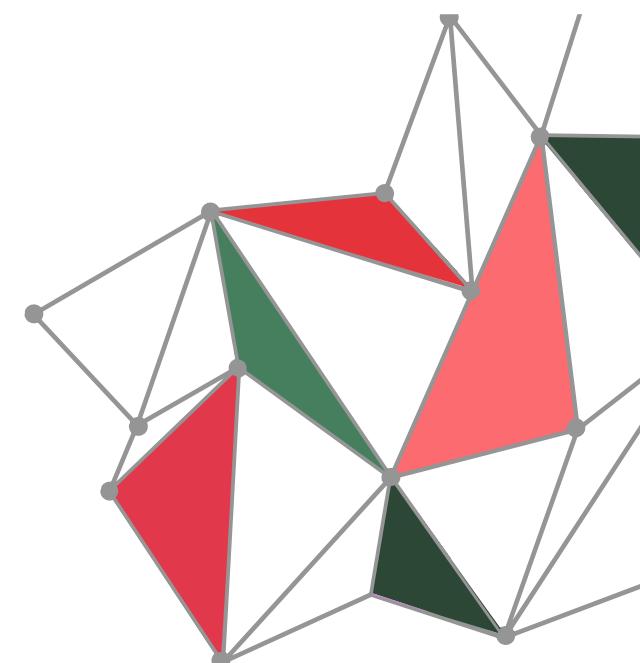
- До 18 лет
- 18-24 года
- 25-34 года
- 35-44 года
- 45-54 года
- 55-64 года
- 65 лет и старше



- Несколько раз в месяц
- Раз в месяц
- Раз в 3 месяца
- Раз в полгода
- Раз в год
- Редко/Никогда



09



Количественная оценка

14. Как часто вы принимаете участие в мероприятиях или акциях, организованных спортивными брендами в рамках их КСО-инициатив? *

Например: забеги, экологические акции, волонтерские или благотворительные программы

- Очень часто
- Часто
- Иногда
- Редко
- Никогда

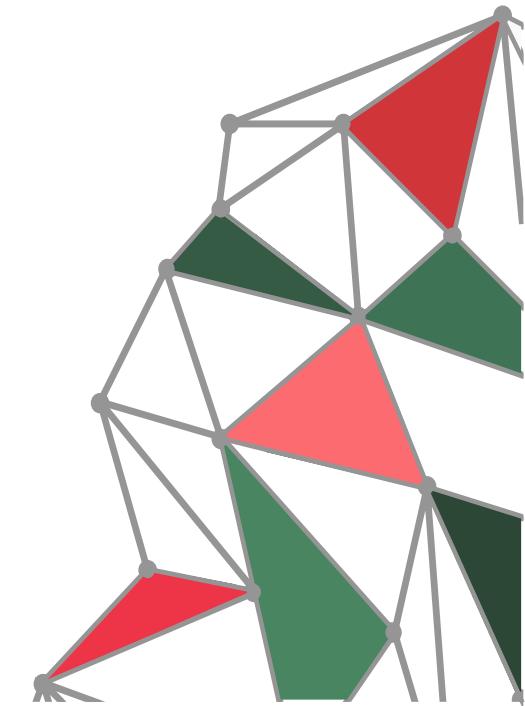
Часто ли вы пользуетесь доставкой Мегамаркета? *

- 1-3 раза в неделю
- Несколько раз в месяц
- Реже одного раза в месяц

Вы часто заказываете товары в Мегамаркете на разные адреса? *

- Часто
- Редко
- Никогда

10



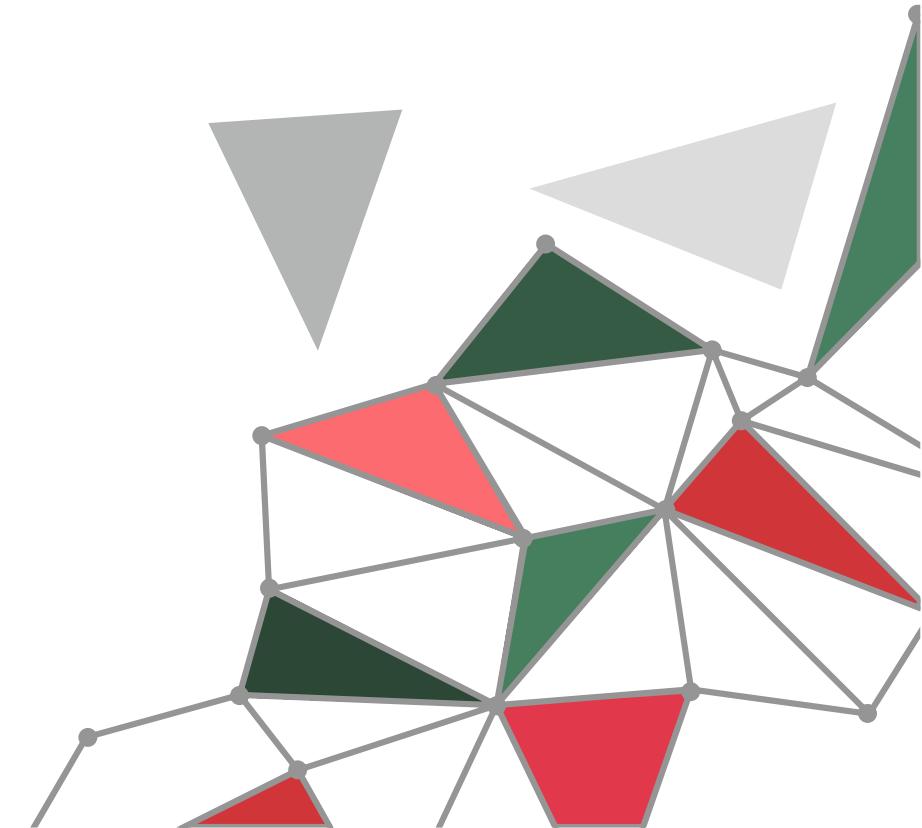
Не давайте «шланговать»

11. Считаете ли вы товары из переработанных материалов более качественными?

*

- Да, однозначно
- Да, вероятно
- Не могу ответить
- Вероятно нет
- Нет, однозначно нет

11



Шкалы в анкете

* Я люблю путешествовать.

Шкала

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

* Я часто слушаю музыку в сторонних сервисах.

Шкала

0 1 3 4 5 6 7 8 9 10

* Мне интересно получать новые знания, проходить разные курсы.

Шкала

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

* Я часто занимаюсь в спортзале.

Шкала

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

* Я предпочитаю покупать и читать бумажные книги.

Шкала

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Насколько вам важно получать кэшбэк от покупок по следующим категориям? (1 - не важно, 5 - очень важно)

1 2 3 4 5

Еда и напитки:

Развлечения:

Транспорт:

Одежда и аксессуары:

Технологии и гаджеты:

Учебные материалы и курсы:

Путешествия:

Игры и киберспорт:

Идеально неправильная анкета

Новая форма

tolstyakoff@mail.ru Сменить аккаунт

Совместный доступ отсутствует

*Обязательный вопрос

Есть ли у вас сайт? *

Мой ответ

Для чего он вам нужен? *

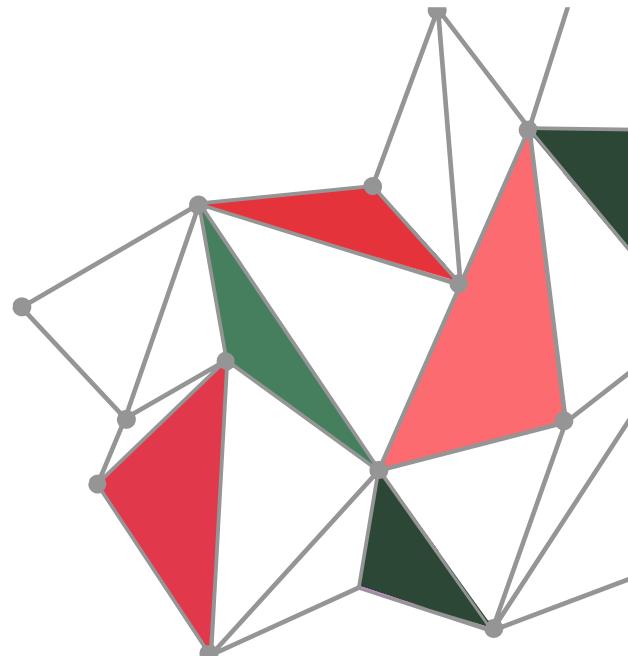
Мой ответ

Что продаете на нем? *

Мой ответ

Запускали ли вы на него рекламу? *

Мой ответ



Где брать респондентов



Респонденты для рисёча
5 053

https://t.me/respondents_for_research



[UNCRN.me] Коридорки и кастдев
17 301

<https://t.me/joinchat/UcD9CL224hp51Dxs>



Кастдев-чат UX Boost
7 453

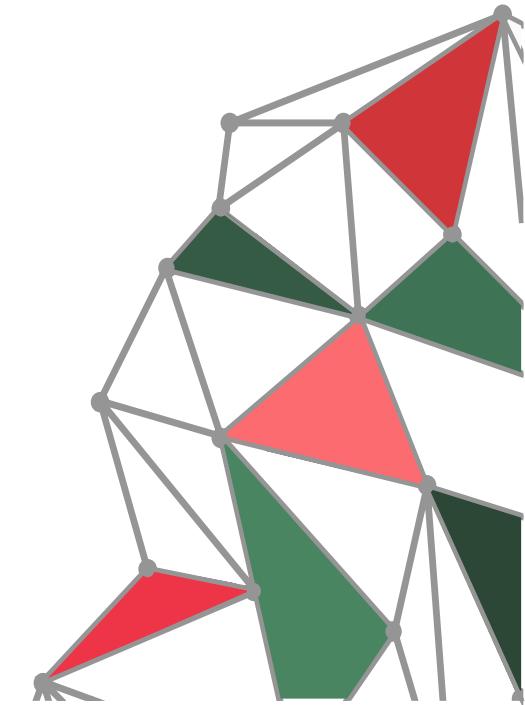
https://t.me/+Sjk25DFO_9DfW60w



Опросы и голосования на любые темы!

✓ Вы подписаны

<https://vk.com/oprosy>



Google или Yandex

≡ Yandex Forms Главная Мои формы Создать форму К формам для бизнеса

Новая форма

Конструктор Тема Интеграция Настройки Ответы Предпросмотр Опубликовать ...

Тесты и квизы
Один вариант
Несколько вариантов
Число

Короткий текст
Длинный текст
Текст без вопроса
Один вариант
Несколько вариантов

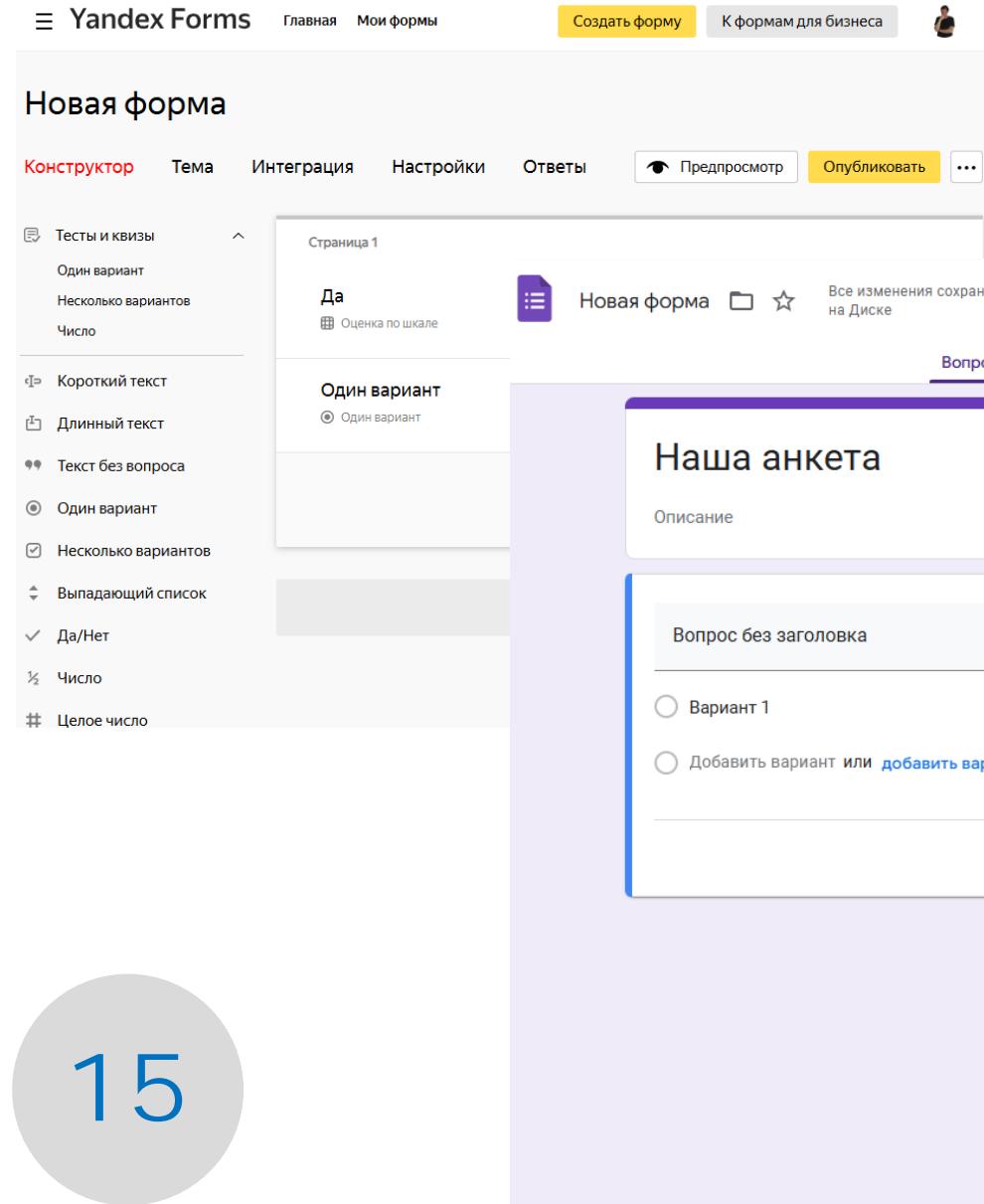
Выпадающий список
Да/Нет
Число
Целое число

Страница 1
Новая форма Все изменения сохранены на Диске
Отправить

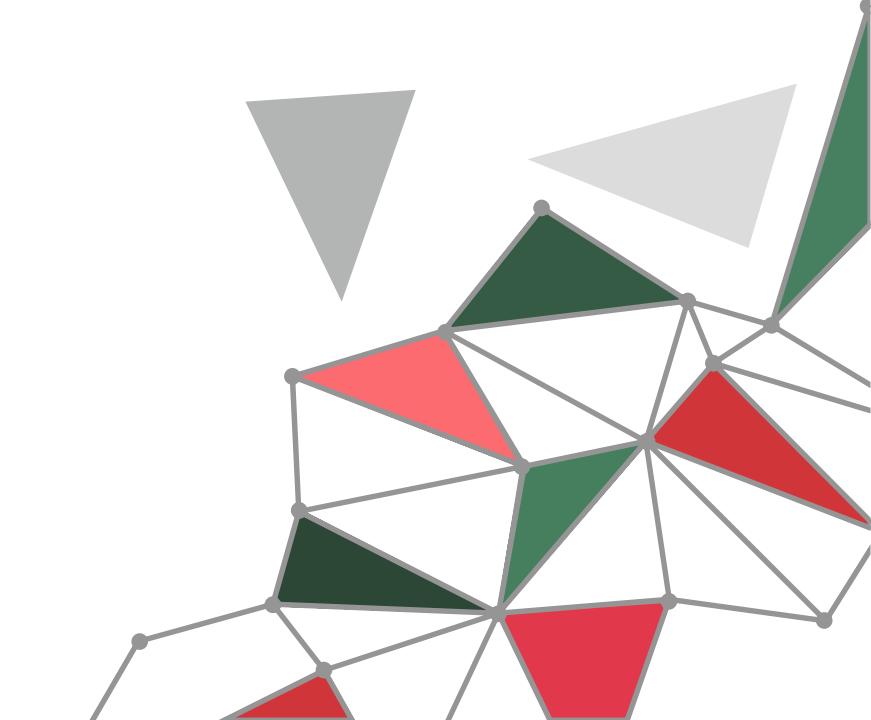
Вопросы Ответы Настройки

Наша анкета
Описание
Вопрос без заголовка
Variant 1
Добавить вариант или добавить вариант "Другое"

Текст (строка)
Текст (абзац)
Один из списка
Несколько из списка
Раскрывающийся список
Загрузка файлов
Удалить Шкала
Сетка (множественный выбор)
Сетка флажков
Дата
Время



15



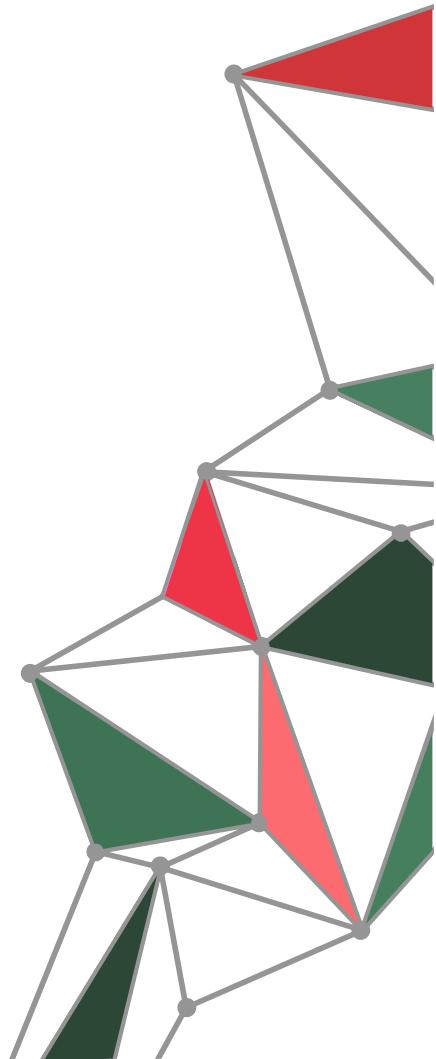
Google или Yandex

Google:

- **Привычнее**
- **Удобнее для разработчика**
- **Динамичная привязка к таблице ответов**
- **Не все корректно отображается на гаджетах**
- **Сложно обрабатывать множественные ответы**
- **Есть сценарии, но функционал ограничен**
- **Есть риск блокировки**

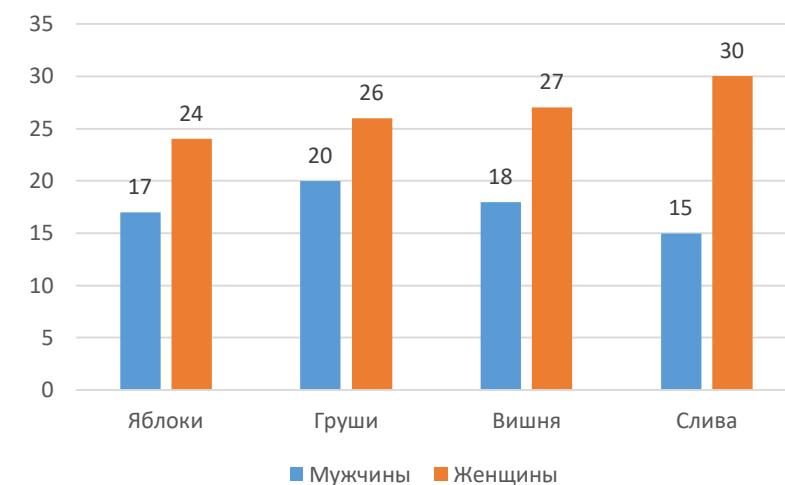
Yandex:

- **Больше типов вопросов**
- **Однаково отображается на экранах**
- **Удобнее реализованы множественные ответы**
- **Возможность динамично отображать вопросы**
- **Более сложен для разработчика**
- **Выгрузка в Excel (требует доработки)**

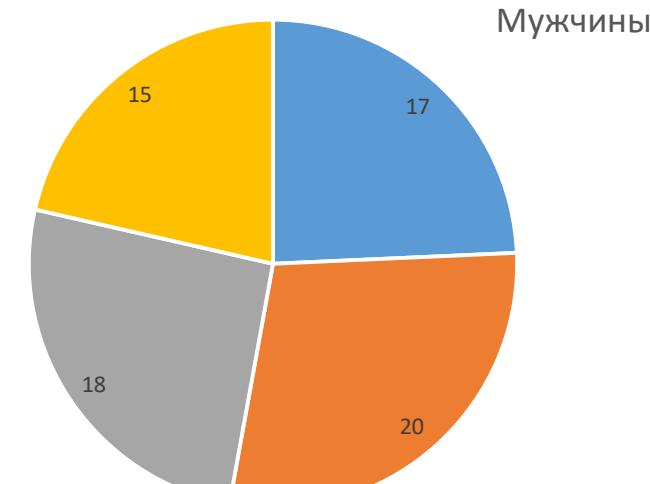


Визуализация данных в диаграммах

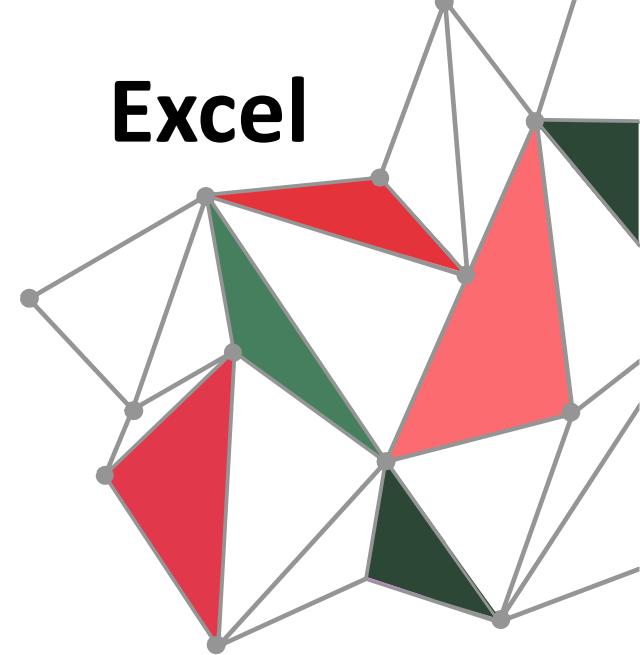
	A	B	C
1		Мужчины	Женщины
2	Яблоки	17	24
3	Груши	20	26
4	Вишня	18	27
5	Слива	15	30



17



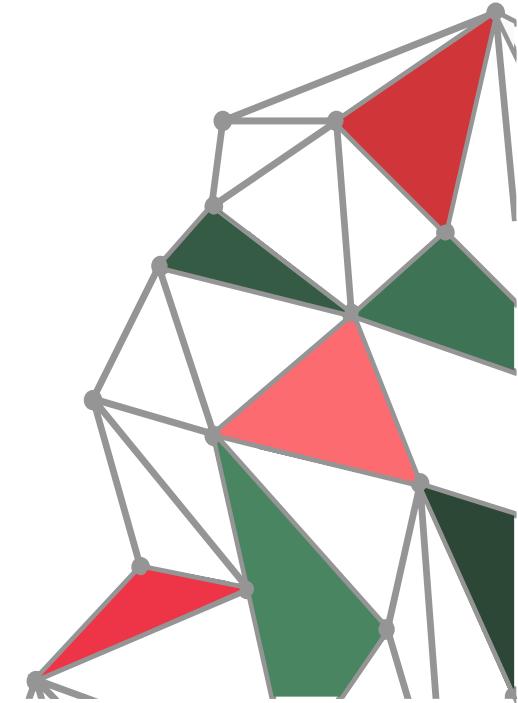
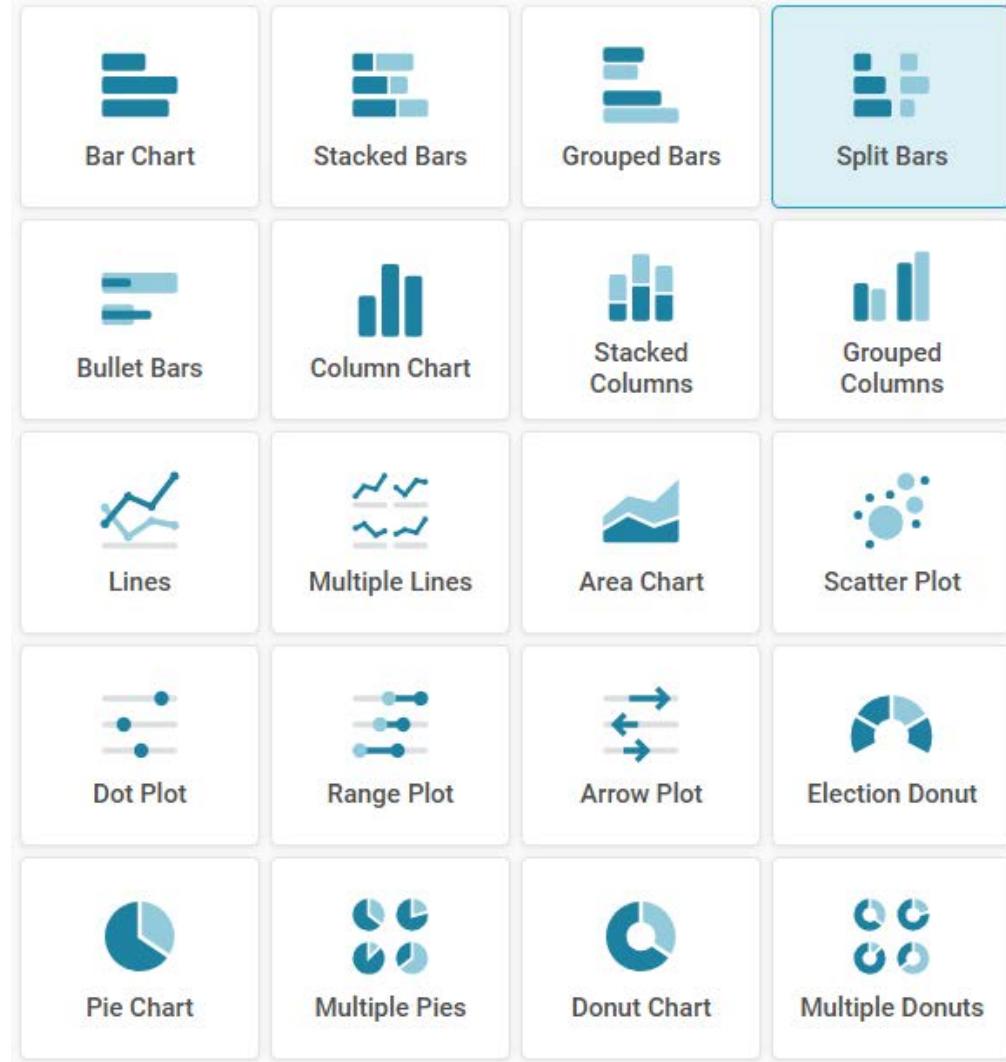
Excel



Визуализация данных в диаграммах

DataWrapper

<https://www.datawrapper.de/>

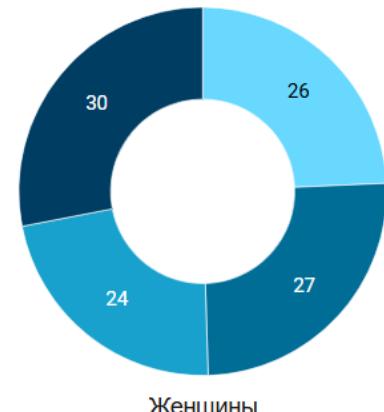
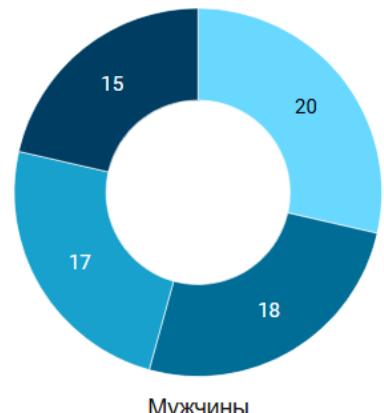
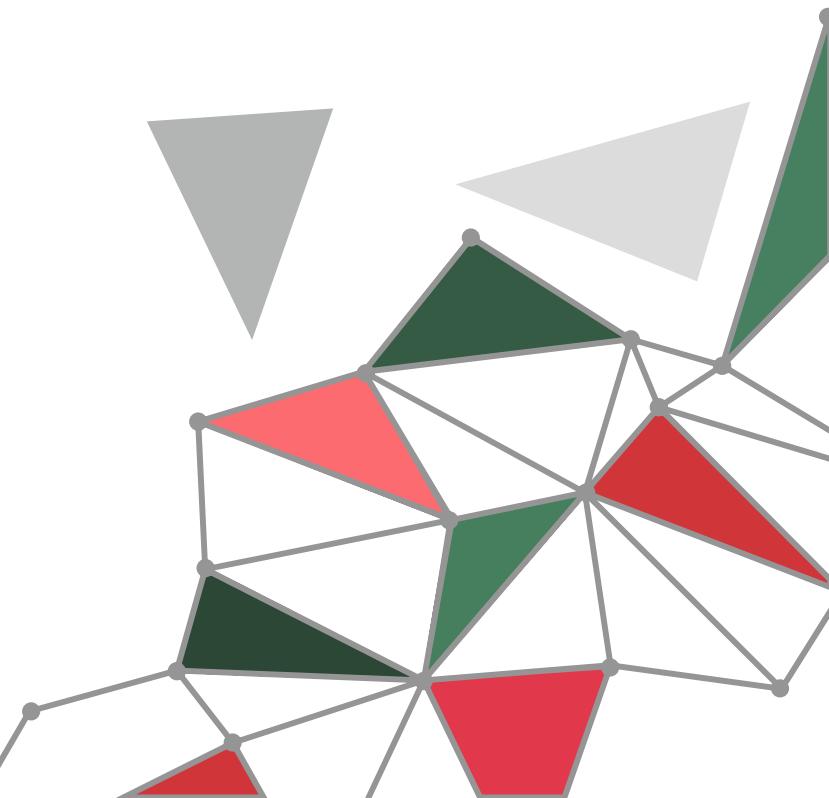
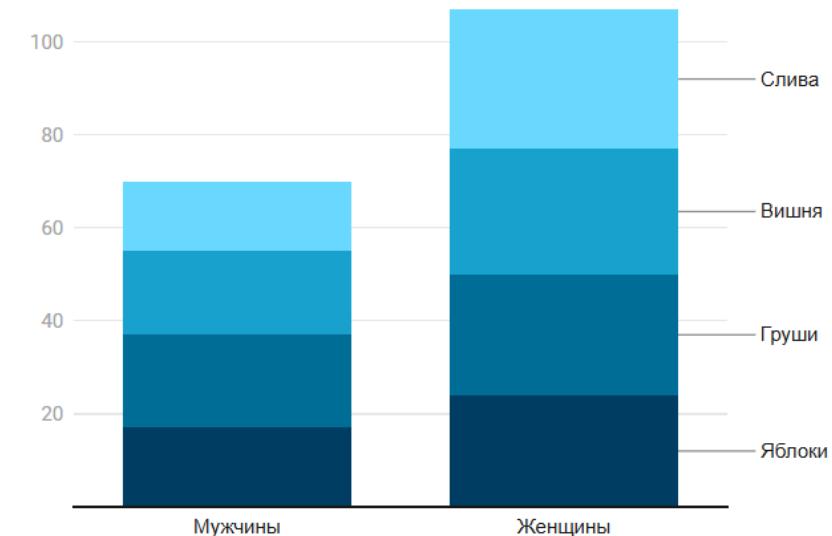


Визуализация данных в диаграммах

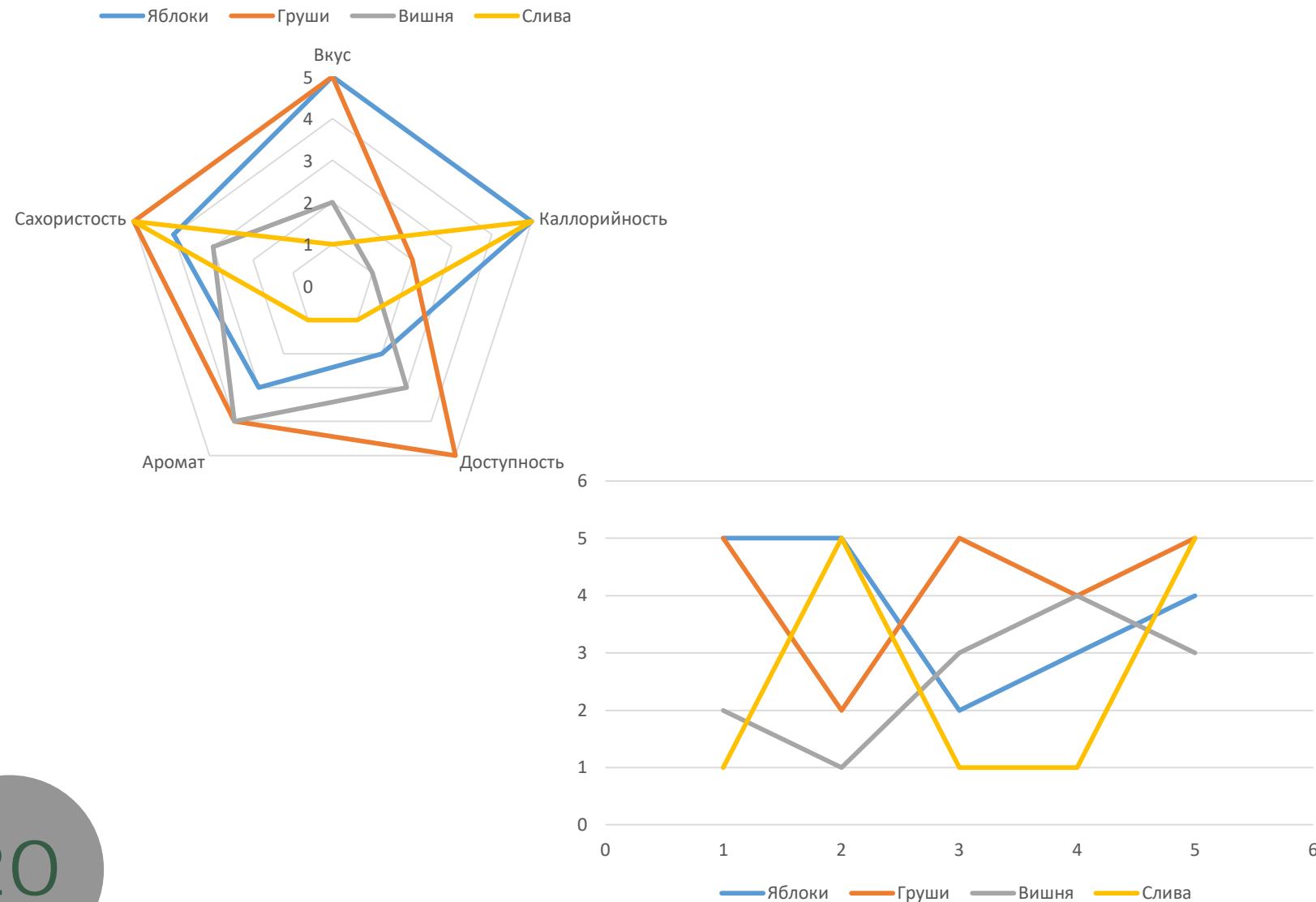
DataWrapper



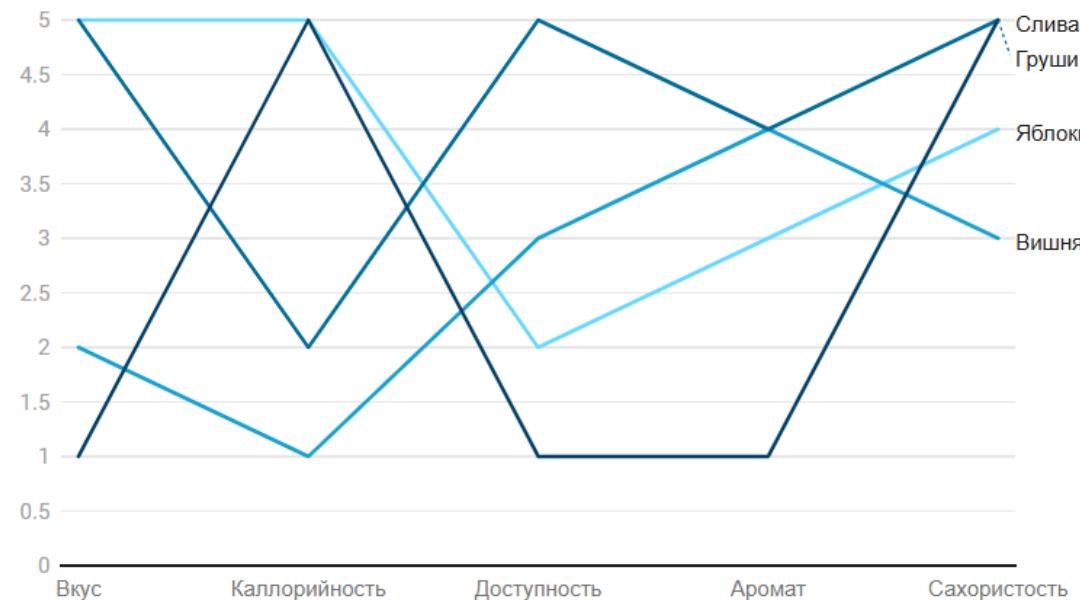
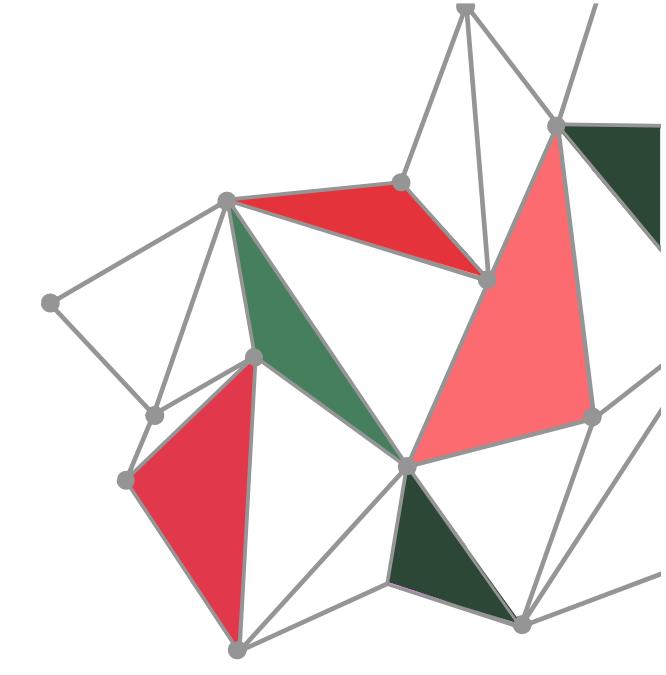
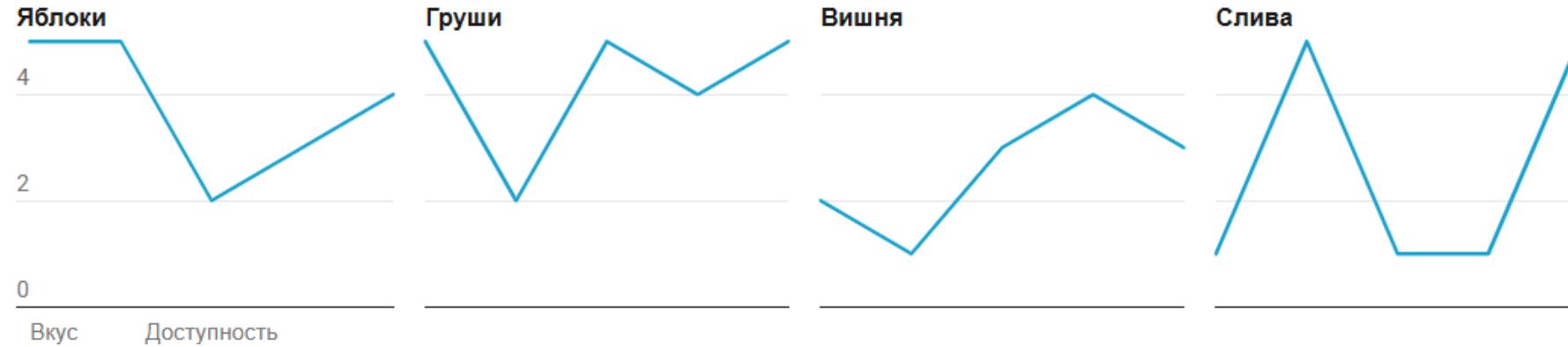
Груши Вишня Яблоки Слива



Мульти факторная оценка



Мульти факторная оценка



Виды статистического анализа

Частотный

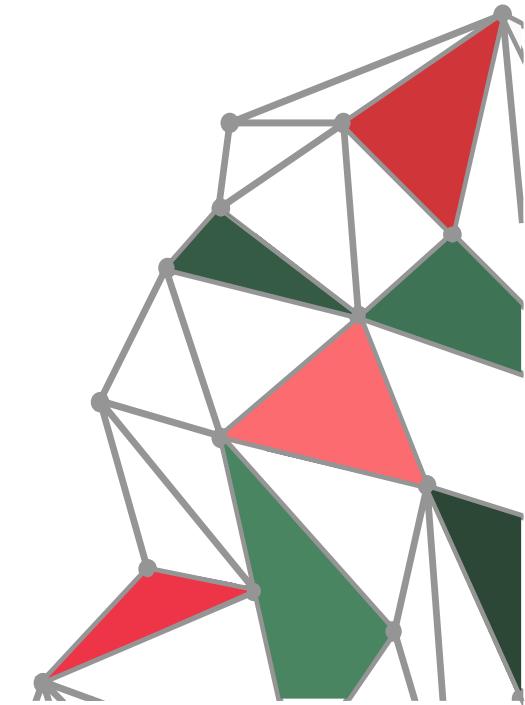
Перекрестный

Корреляционный

Регрессионный

Факторный

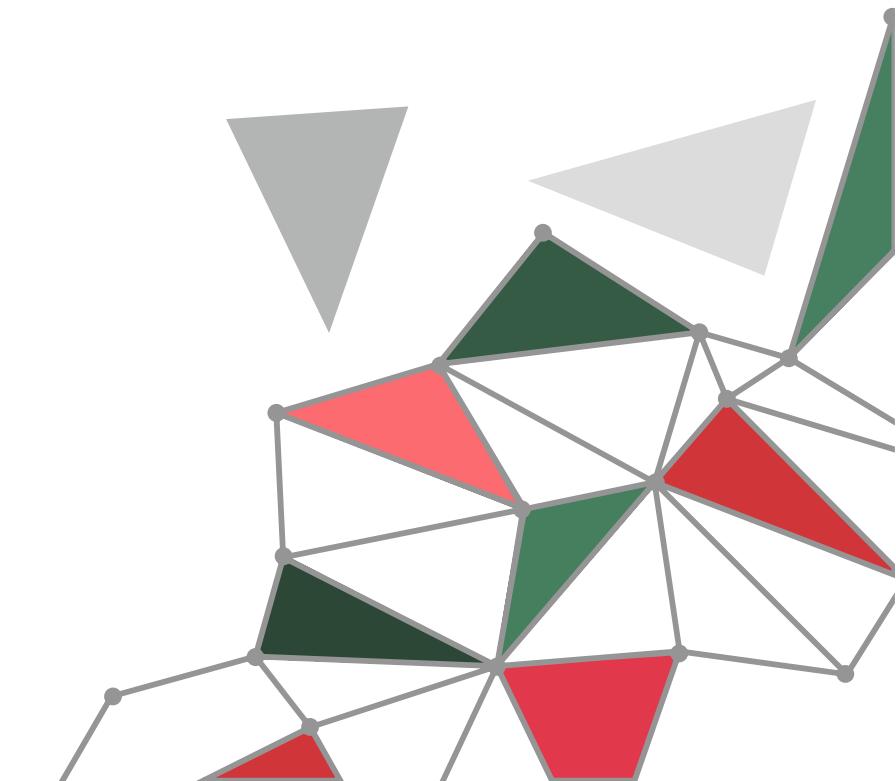
Кластерный



Частотный

	Мужчины	
Яблоки	17	24,3%
Груши	20	28,6%
Вишня	18	25,7%
Слива	15	21,4%

	Частота	Процент
Укажите Ваш пол	Мужской	181 45,1
	Женский	220 54,9
Укажите ваш возраст	Младше 18	3 ,7
	18-25	190 47,4
	26-35	169 42,1
	36-45	33 8,2
	46-55	4 1,0
	55 и старше	2 ,5
	Денег хватает только на покупку еды, покупка одежды <u>затруднительна</u>	23 5,7
Охарактеризуйте материальное положение Вашей семьи	Денег хватает на еду и одежду, но покупка товаров длительного <u>потребления затруднительна</u>	176 43,9
	Денег хватает на еду, одежду и товары длительного потребления, но покупка квартиры/машины <u>затруднительна</u>	180 44,9
	Денег достаточно, чтобы ни в чем себе не отказывать	22 5,5



Перекрестный

	A	B	C
1		Мужчины	Женщины
2	Яблоки	17	24
3	Груши	20	26
4	Вишня	18	27
5	Слива	15	30

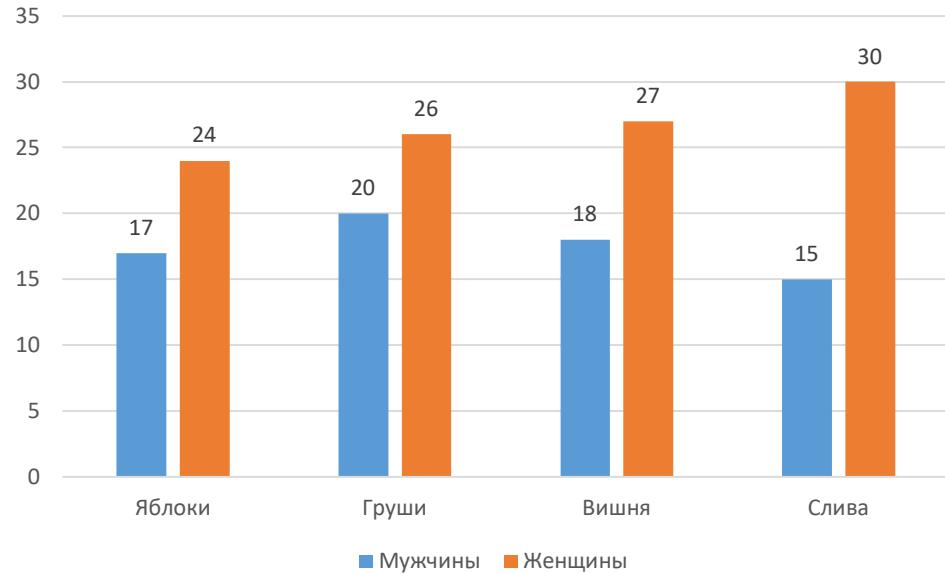


Таблица сопряженности Ваш пол: * Ваш возраст:

Частота

	Ваш возраст:				Итого
	14-18	18-20	20-25	25-45	
Ваш пол: Мужской	23	7	23	28	81
Женский	14	24	14	17	69
Итого	37	31	37	45	150

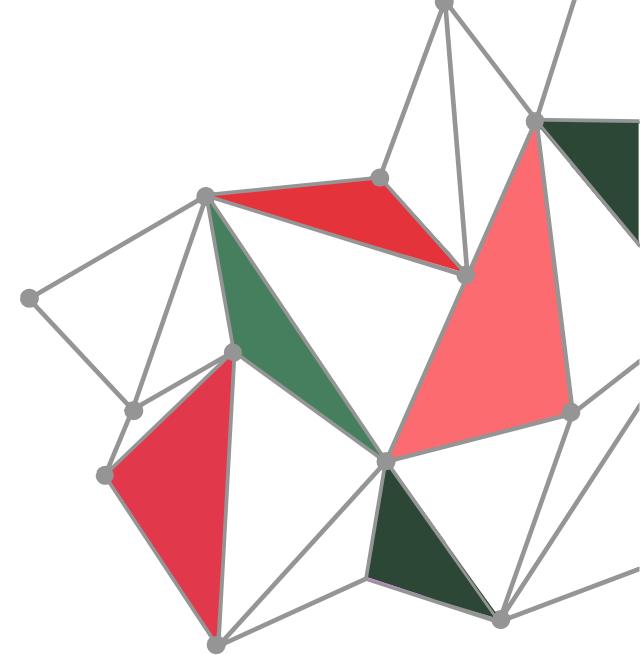
Корреляционный анализ

Коэффициент корреляции - **сила и направление**

связи между **двумя** переменными

Пирсона (метрические шкалы)

Спирмена (неметрические шкалы)



ЗНАЧЕНИЕ (по модулю)	ИНТЕРПРЕТАЦИЯ
до 0,2	очень слабая корреляция
до 0,5	слабая корреляция
до 0,7	средняя корреляция
до 0,9	высокая корреляция
свыше 0,9	очень высокая корреляция

Корреляционный анализ

Пирсона (метрические шкалы)

1. Ваш возраст ____ лет

2. Ваш примерный доход ____ тыс. руб

	A	B
1	Возраст	Доход
2	33	70 600 ₽
3	45	55 500 ₽
4	26	71 100 ₽
5	19	39 300 ₽
6	26	42 600 ₽
7	35	100 300 ₽
8	25	28 300 ₽
9	50	4 600 ₽
10	46	100 000 ₽
11	49	21 800 ₽
12	22	12 500 ₽
13	33	15 600 ₽
14	39	73 000 ₽
15	40	50 400 ₽

		Корреляции	
		Возраст	Доход
Возраст	Корреляция Пирсона Знч.(2-сторон) N	1	,097 ,743
		14	14
Доход	Корреляция Пирсона Знч.(2-сторон) N	,097	1
		,743	14

Корреляционный анализ

Спирмена (недетрические шкалы)

1. Ваш возраст:

- до 18
- 18 ... 25 лет
- 26 ... 30 лет
- 31 ... 45 лет
- старше 45

2. Ваш доход

- до 20 тыс. руб
- 20 ... 30 тыс. руб.
- 30 ... 45 тыс. руб.
- 45 ... 60 тыс. руб
- более 60 тыс. руб

	A	B
1	Возраст	Доход
2	3	3
3	4	4
4	5	5
5	5	5
6	1	2
7	1	1
8	4	4
9	1	1
10	4	5
11	2	2
12	5	5
13	1	2
14	3	3
15	5	5

Корреляции		Возраст	Доход
по Спирмена	Возраст	Коэффициент корреляции	
	N	Знч. (2-сторон)	
Доход	Коэффициент корреляции	,958**	1,000
	Знч. (2-сторон)	,000	
N		14	14

**. Корреляция значима на уровне 0.01 (2-сторонняя).

Регрессионный анализ

Насколько Вы удовлетворены:

качеством мебели ?

1..2..3..4..5 Критерий 1 X1

санитарным состоянием помещения ?

1..2..3..4..5 Критерий 2 X2

чистотой и свежестью воздуха ?

1..2..3..4..5 Критерий 3 X3

интерьером?

1..2..3..4..5 Критерий 4 X4

оборудованием столовой ?

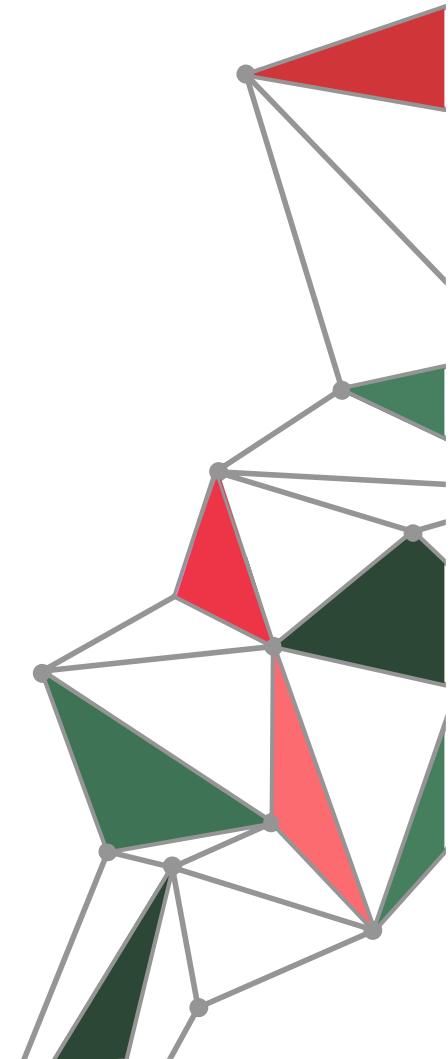
1..2..3..4..5 Критерий 5 X5

Дайте общую оценку столовой

1..2..3..4..5 Общая оценка Y

$$Y=k1*X1+k2*X2+k3*X3+k4*X4+k5*X5+B(\text{const})$$

Работа с количественной оценкой (баллы / метрики)
Не все критерии могут попасть в финальную модель
Ряд проверок пригодности модели



Факторный анализ

Снижаем размерность:

Объект описан множеством параметров

Если имеется связь между группой параметров (корреляция ответов) – эти параметры можно объединить в один фактор

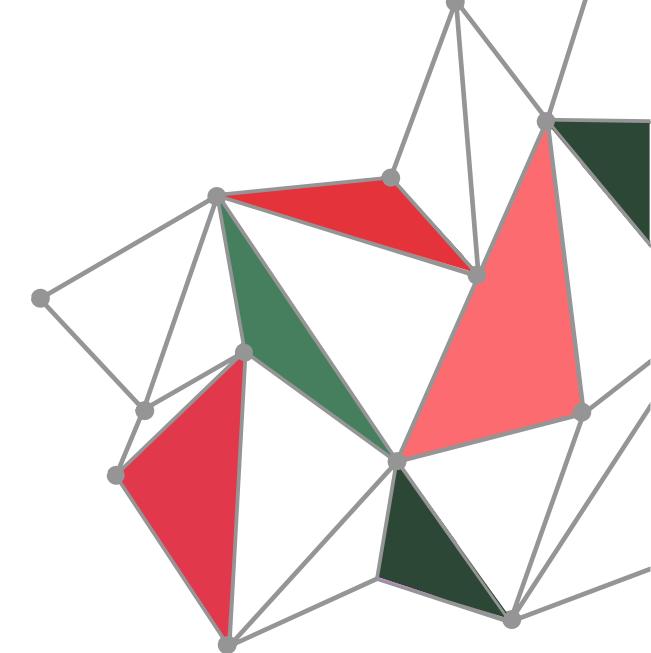
Насколько Вы удовлетворены:

качеством мебели ?	1..2..3..4..5
санитарным состоянием помещения ?	1..2..3..4..5
чистотой и свежестью воздуха ?	1..2..3..4..5
интерьером?	1..2..3..4..5
оборудованием столовой ?	1..2..3..4..5

Оценка по:

интерьеру и мебели
санитарное состояние
оборудованием

Латентные переменные
Их изначально не существует, их
вычислили в процессе анализа



Кластерный анализ

Сегментация потребителей:

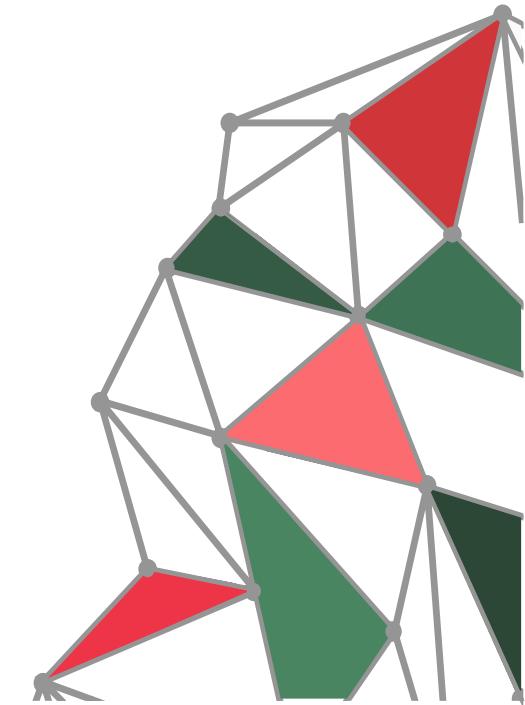
Если на одни и те же вопросы респонденты дают близкие ответы их можно объединить в кластеры

На основе
количественных
характеристик

Например
«Блок важности»

Насколько вам важно получать кэшбэк от покупок по следующим категориям? (1 - не важно, 5 - очень важно)

	1	2	3	4	5
Еда и напитки:	<input type="radio"/>				
Развлечения:	<input type="radio"/>				
Транспорт:	<input type="radio"/>				
Одежда и аксессуары:	<input type="radio"/>				
Технологии и гаджеты:	<input type="radio"/>				
Учебные материалы и курсы:	<input type="radio"/>				
Путешествия:	<input type="radio"/>				
Игры и киберспорт:	<input type="radio"/>				



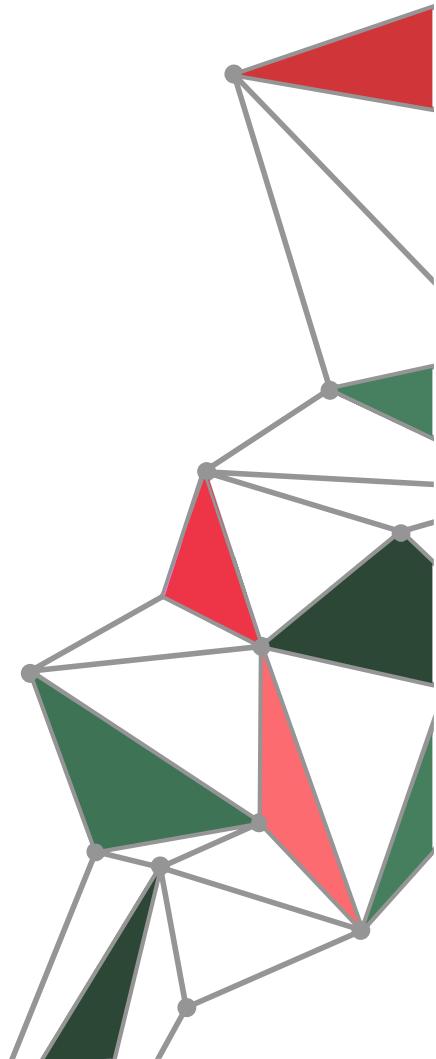
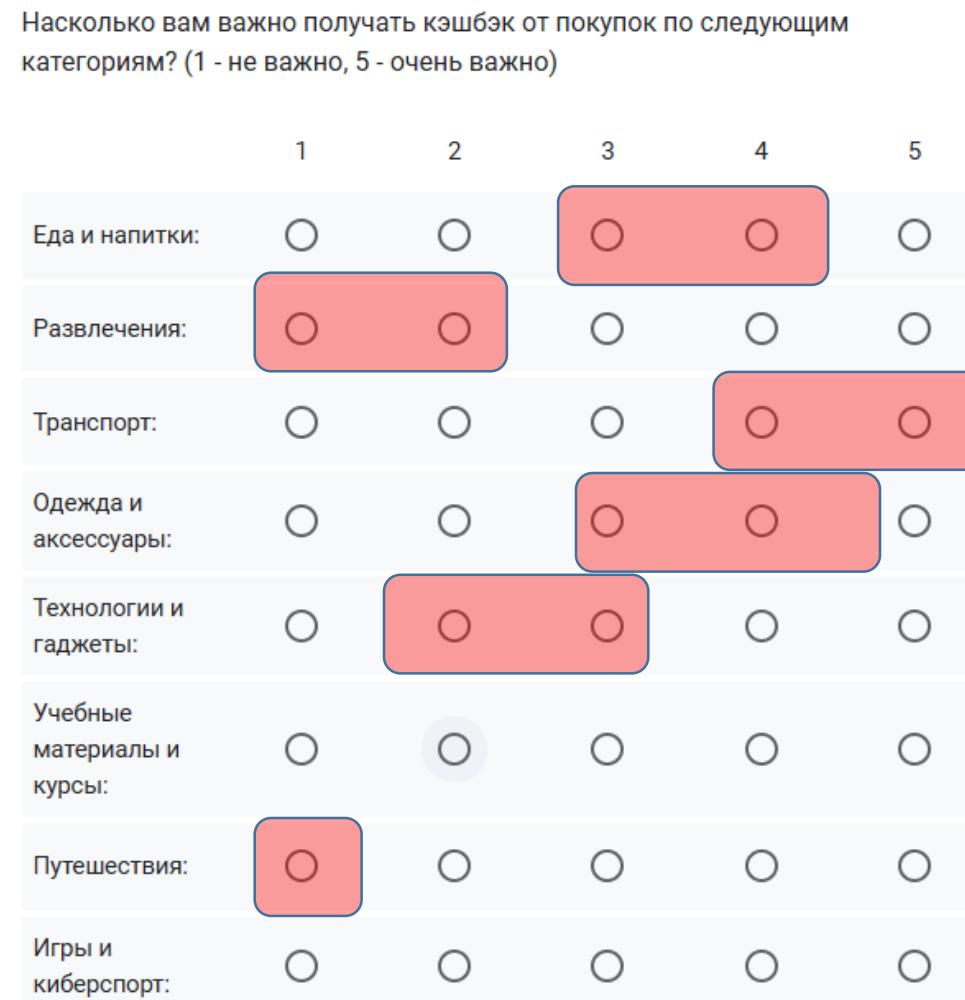
Кластерный анализ

Сегментация потребителей:

Если на одни и те же вопросы респонденты дают близкие ответы их можно объединить в кластеры

На основе
количественных
характеристик

Например
«Блок важности»



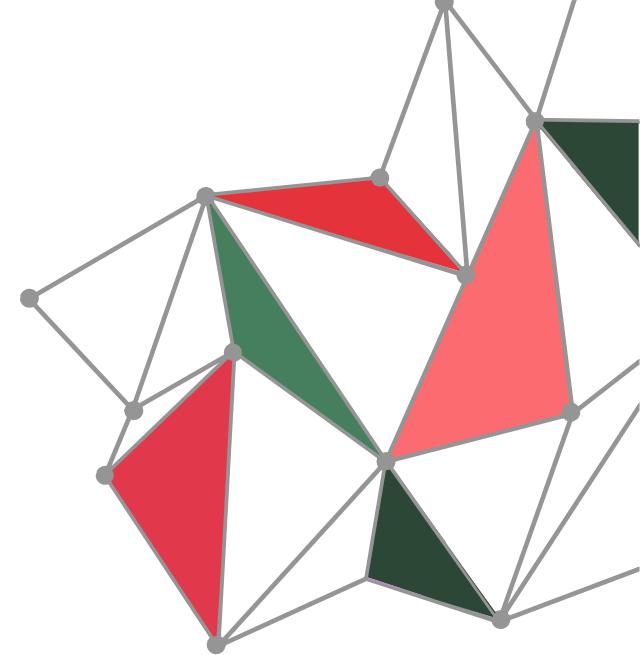
Характеристики кластеров

Количество кластеров

Размер кластера (**отсутствие малых**)

Различия (контрастные) между кластерами

Описание состава кластера (демография / привычки)



Спасибо за внимание

