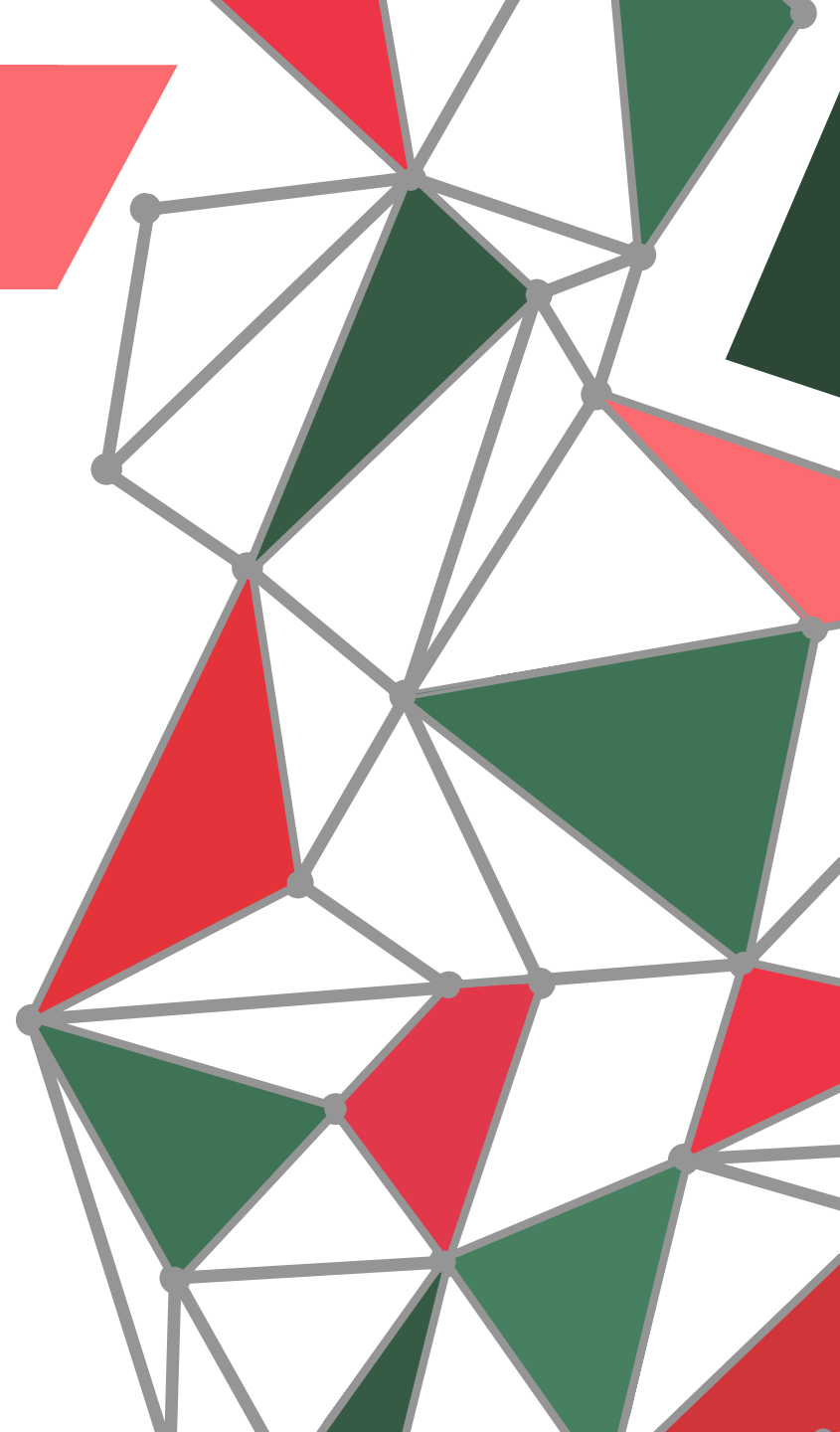


Инструменты стратегического анализа конкурентной среды

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

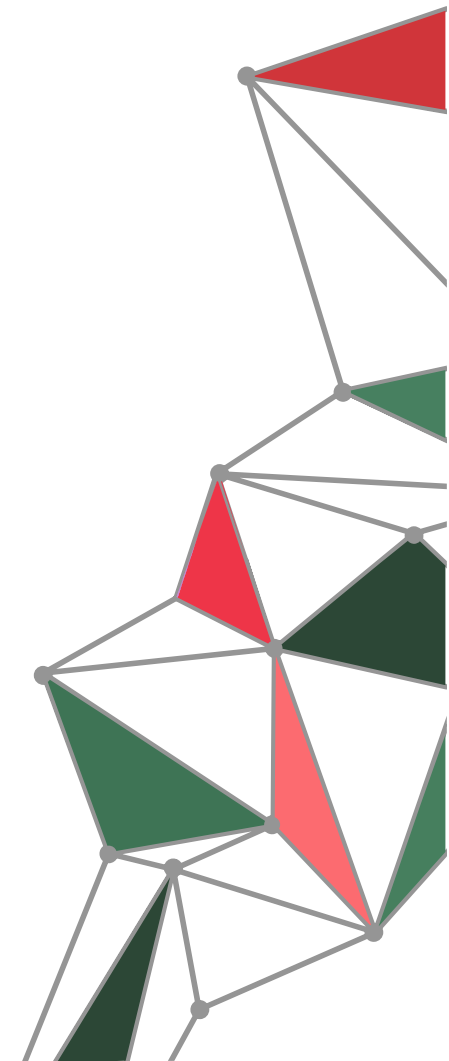
Проверка гипотезы

Размер рынка

Диапазон цены

Лояльность потребителя

Узнаваемость марки



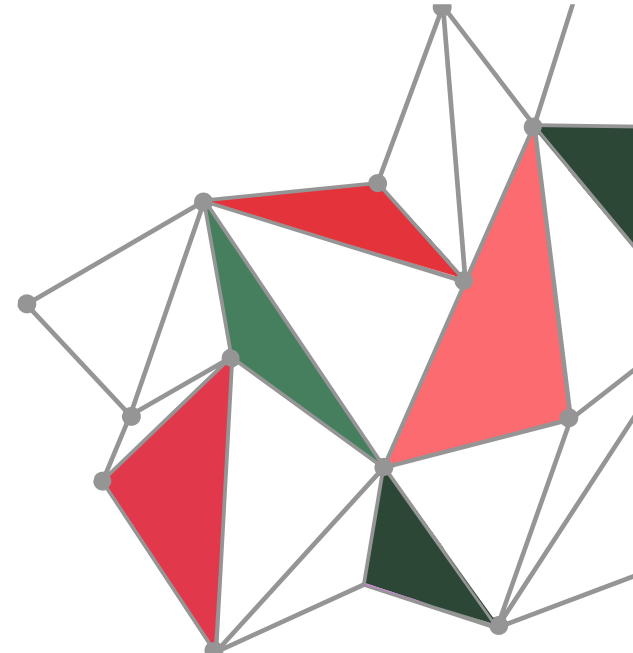
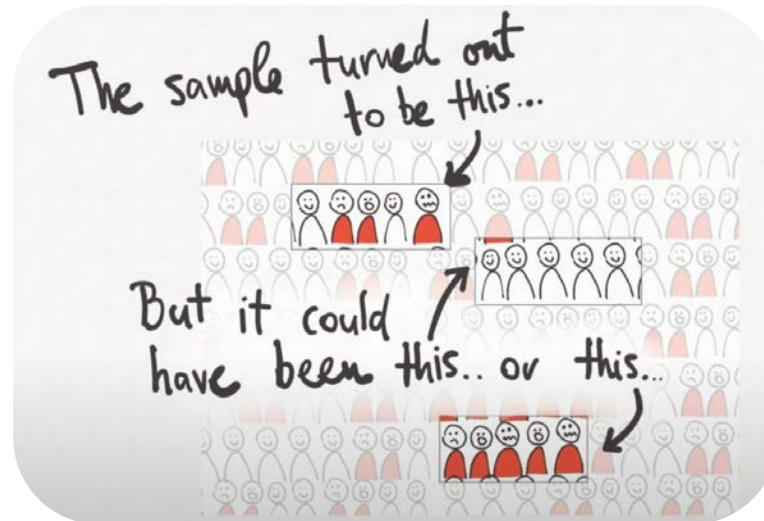
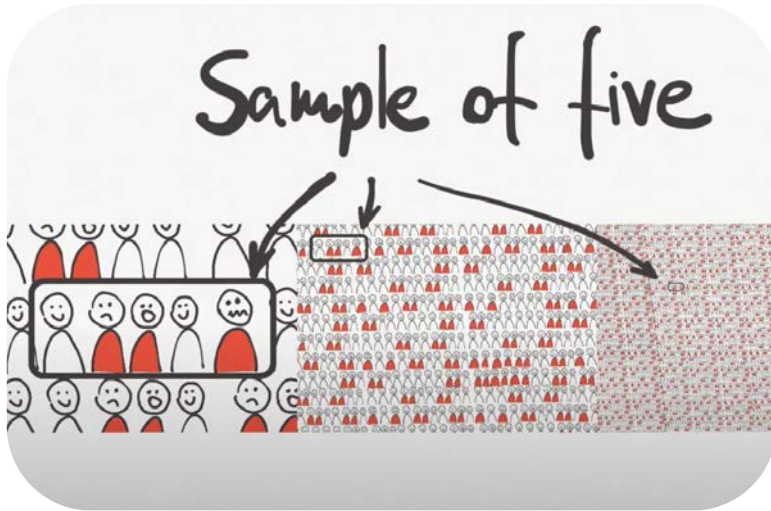
Выборка: зачем все это

Tiburon



Артём
Тинчурин

Трое из Пяти это
сколько ?



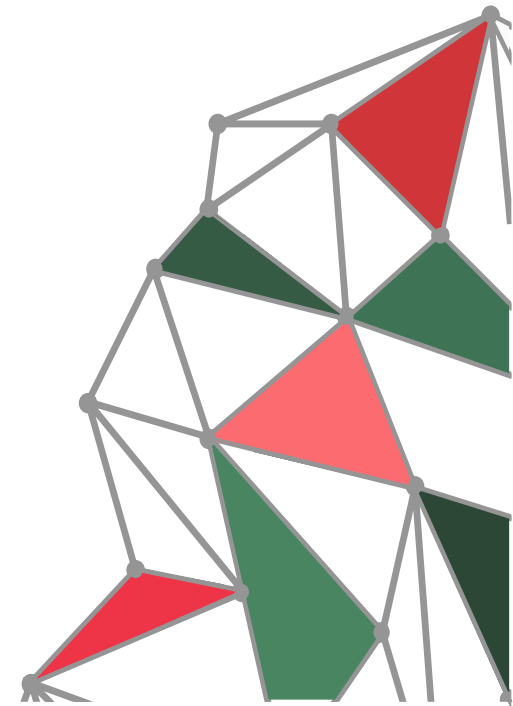
Выборка: сколько «вешать» ?

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%



Анкета – наше все

Базовые правила

Вежливость

Цените время респондента

«Вы» - пишется с большой буквы

Уместите все вопросы на одну страницу

От простого к сложному

Открытые вопросы – это «химера»

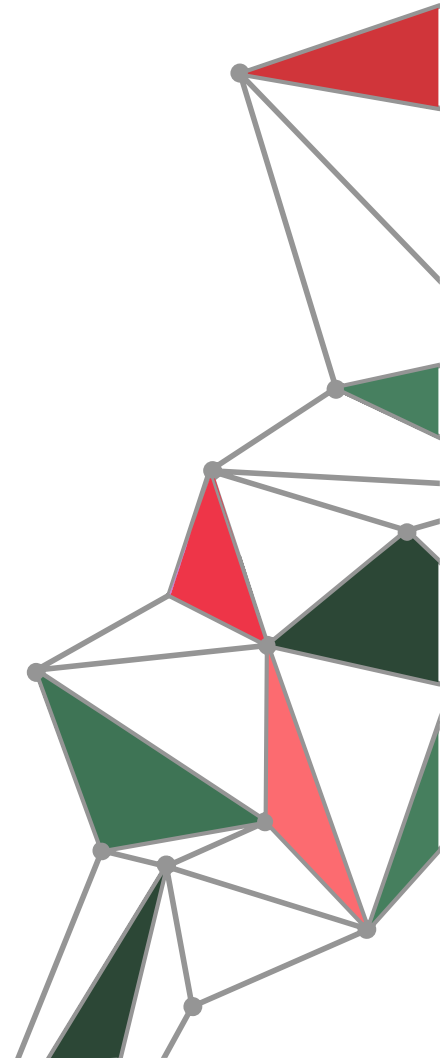
за редким исключением но об этом позже

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-AiKuJQPiQ3YZnKqsTNcccsqeq2qiyG9xylbEPig/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.

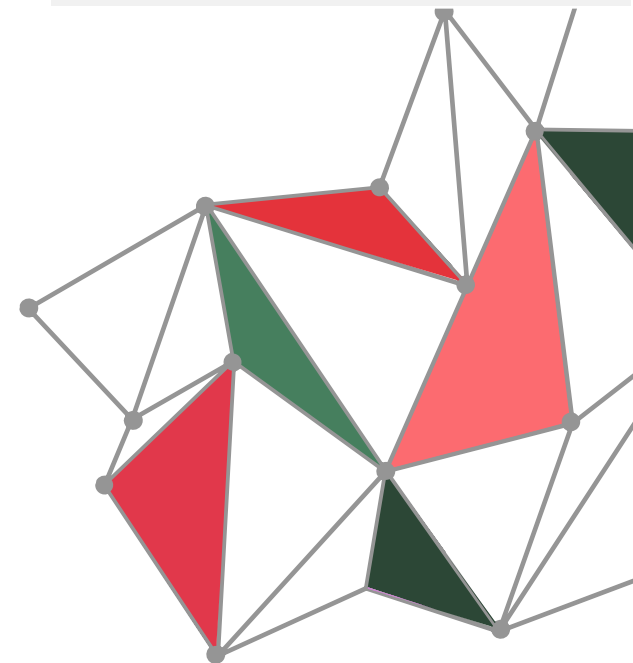
Заранее спасибо!

05

Род деятельности *

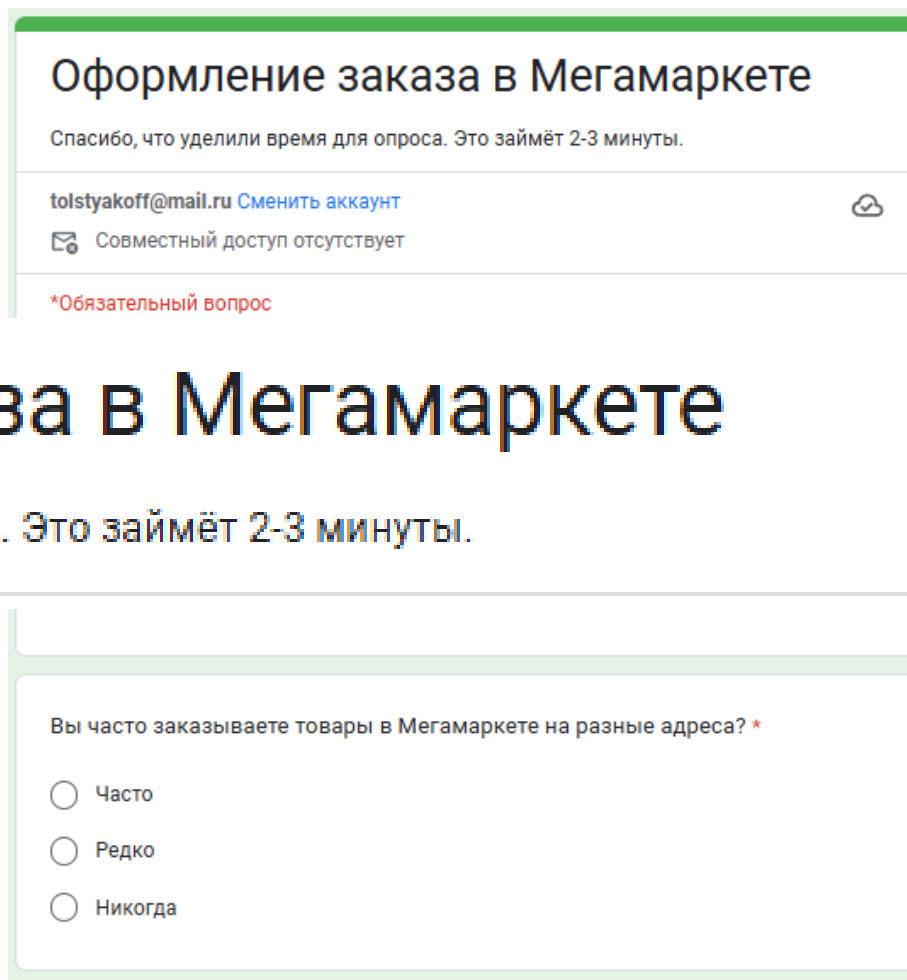
Мой ответ

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



Вежливость + время + «Вы»

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfOG9njhhQaqnBwg0znjIAZuZy9codKIHjT1GAycT8TL008tw/viewform>



Оформление заказа в Мегамаркете

Спасибо, что уделите время для опроса. Это займёт 2-3 минуты.

tolstyakoff@mail.ru [Сменить аккаунт](#)

Совместный доступ отсутствует

*Обязательный вопрос

Вы часто заказываете товары в Мегамаркете на разные адреса? *

☐ Часто

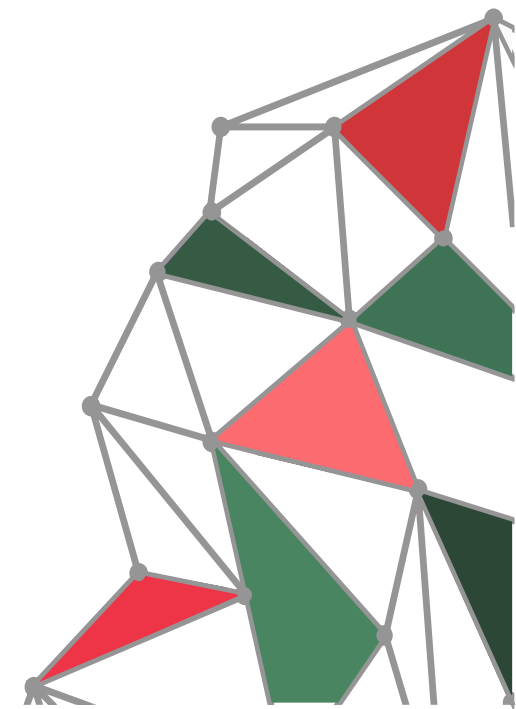
☐ Редко

☐ Никогда

Оформление заказа в Мегамаркете

Спасибо, что уделите время для опроса. Это займёт 2-3 минуты.

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



Вежливость + время + «Вы»

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf0CxzLtt5W6HqXMb1bDeB42F6A-MN71SjqJZxzJzN-6GXx0w/viewform



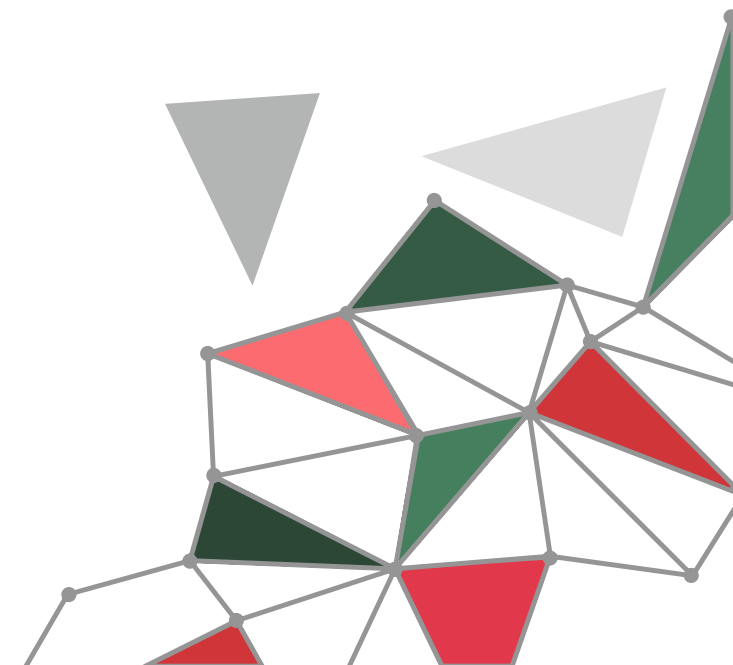
д тем, чтобы
не более 2-3 минуты
ковой школе.

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/1FAIpQLSfbanw67Qu_IExH6t6s6FOpf8pcpGXfAeizEEPdGfS1rjTUpQ/viewform

Личная информация *

Общие вопросы

Шкалы

Открытые вопросы

Чем вы занимаетесь? *

Мой ответ

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? *

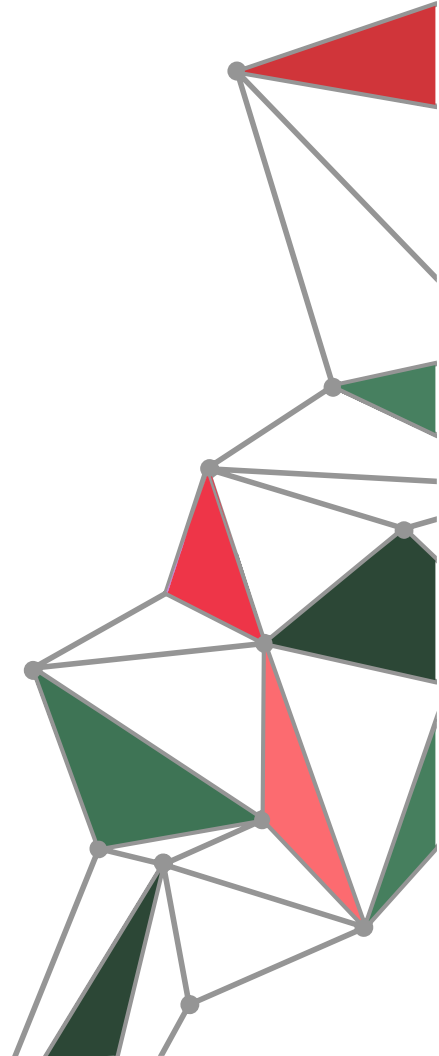
- ☐ 18 – 24
- ☐ 25 – 34
- ☐ 35 – 44

С чем вы чаще всего работаете?

- ☐ 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-W0FSavVZvbKOLZk5Js5DNZXue7ncpt4QmTI_Q/formResponse

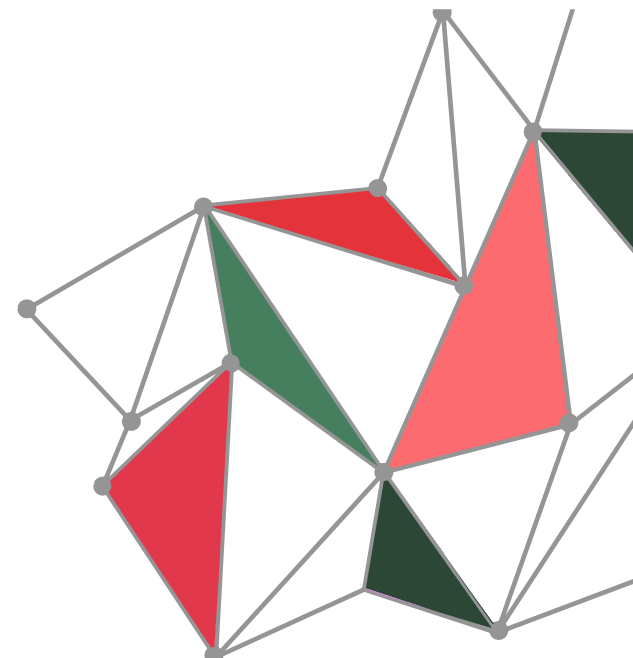
1. К какой возрастной группе вы относитесь? *

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



4. Как часто вы покупаете спортивные товары? *

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



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

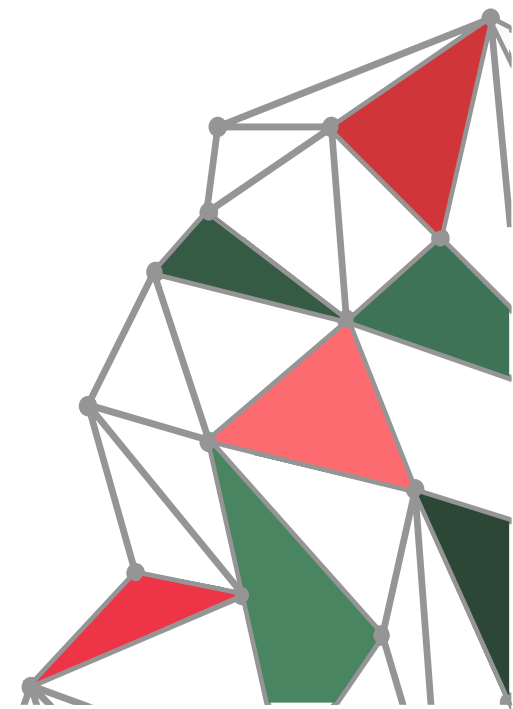
- ☒ Очень часто
- ☐ Часто
- ☐ Иногда
- ☐ Редко
- ☐ Никогда

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? *

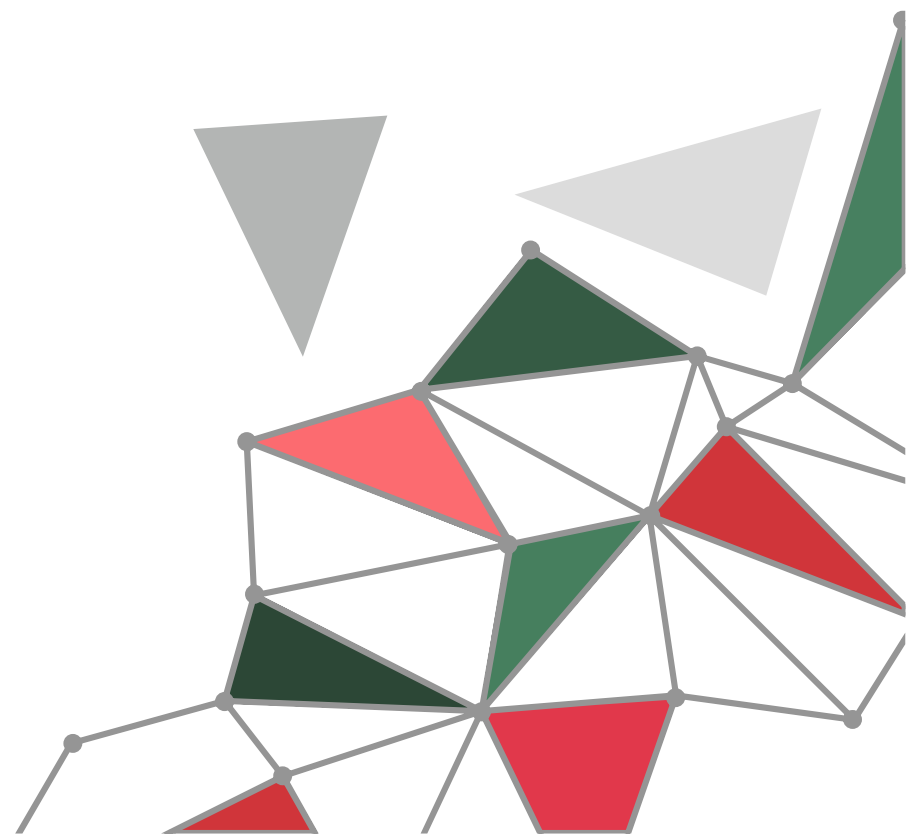
- ☒ Часто
- ☐ Редко
- ☐ Никогда



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



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
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

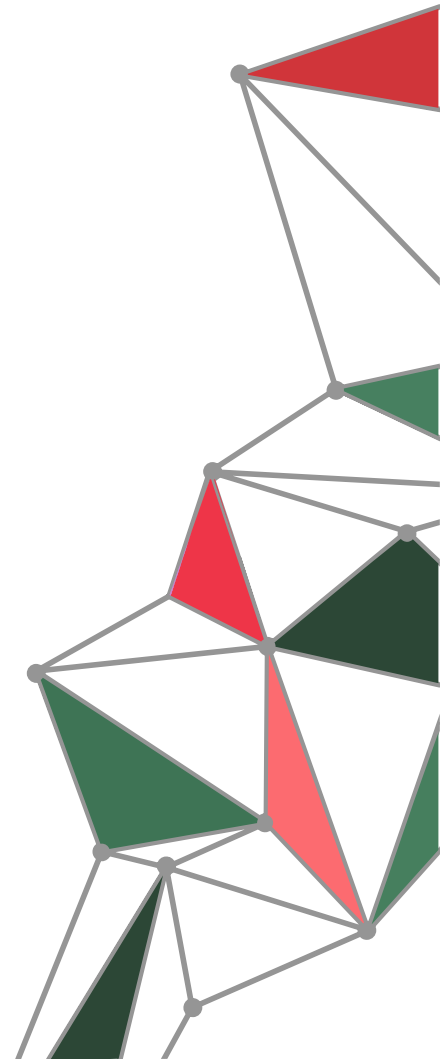
* Я предпочитаю покупать и читать бумажные книги.

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:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Развлечения:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Транспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Одежда и аксессуары:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Технологии и гаджеты:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Учебные материалы и курсы:	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Путешествия:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Игры и киберспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Идеально **не**правильная 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? *

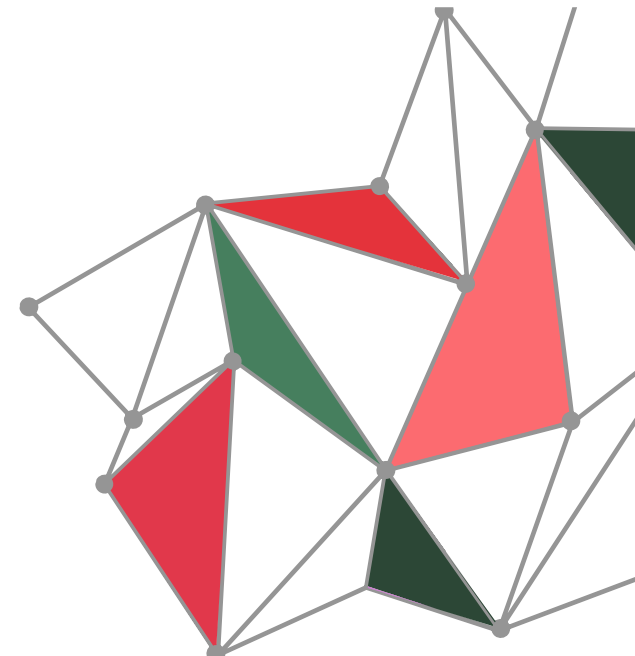
Мой ответ

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

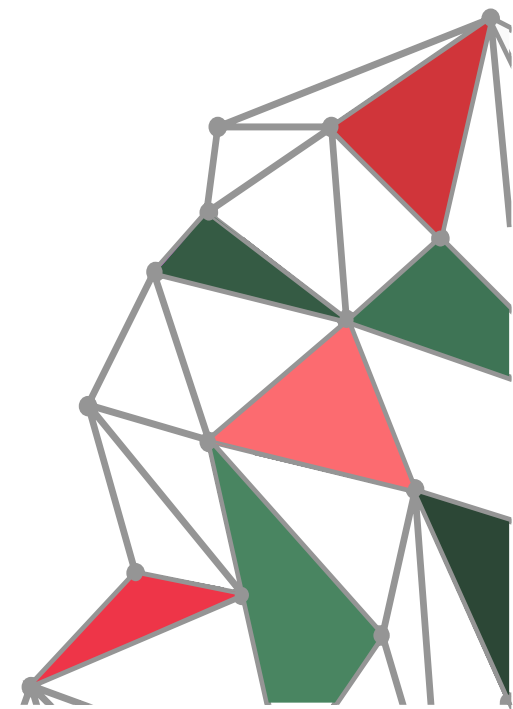
https://t.me/+Sjk25DFO_9DfW60w



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

Да
Оценка по шкале

Один вариант
Один вариант

Новая форма Все изменения сохранены на Диске

Вопросы Ответы Настройки

Наша анкета

Описание

Вопрос без заголовка

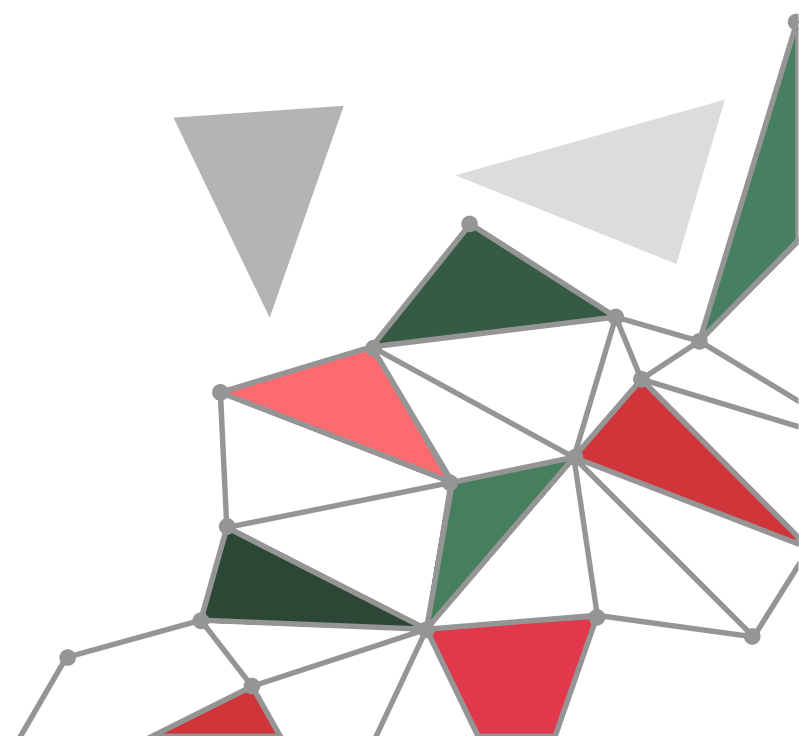
☐ Вариант 1

☐ Добавить вариант или [добавить вариант "Другое"](#)

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

Удалить

15



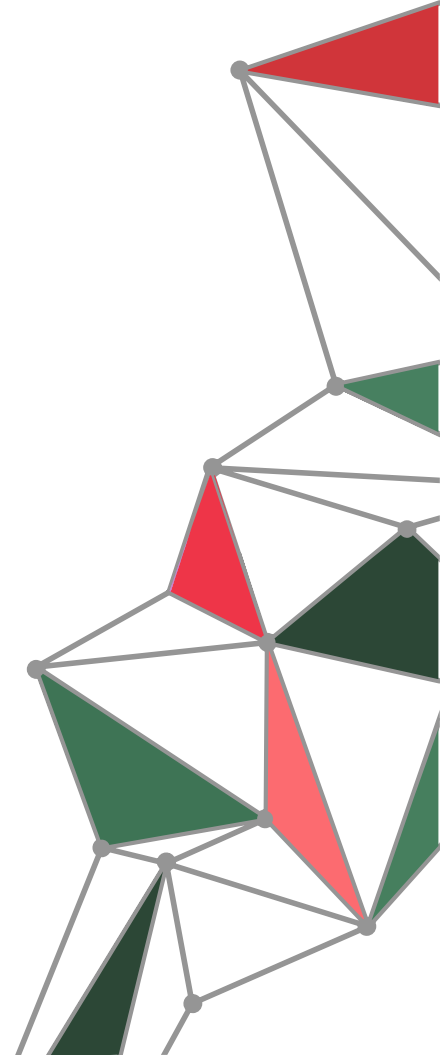
Google **или** Yandex

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**

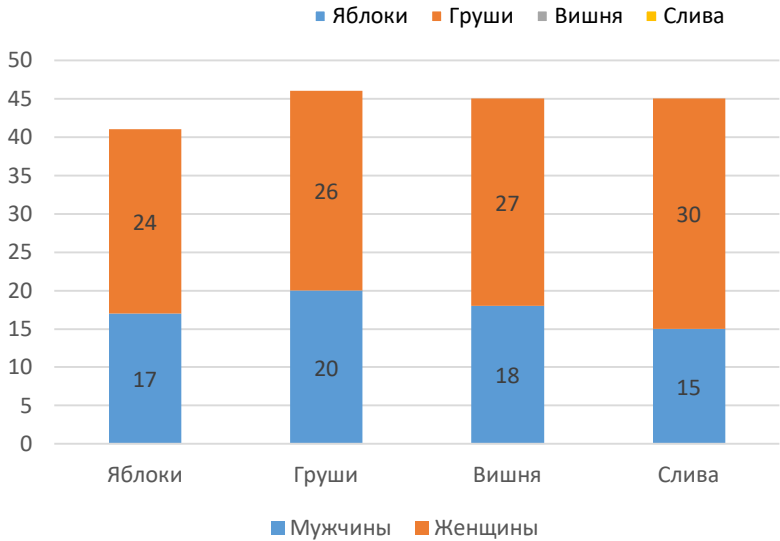
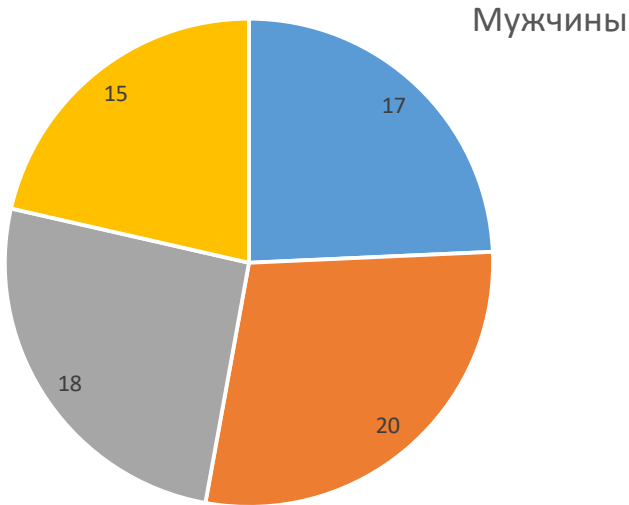
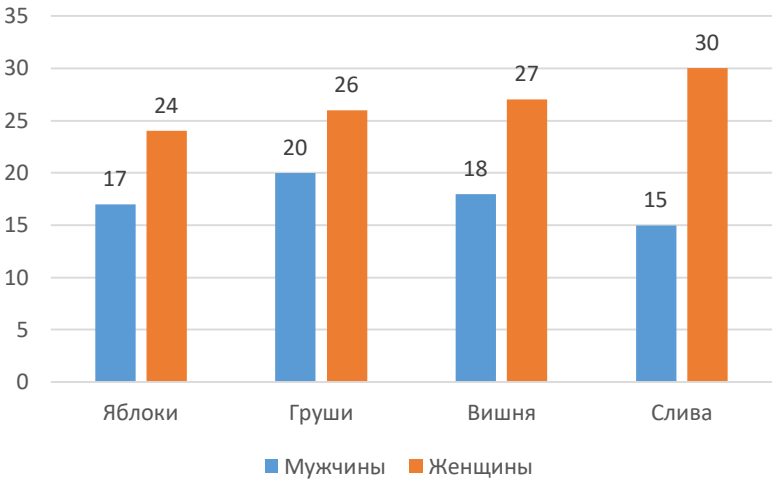
Yandex:

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

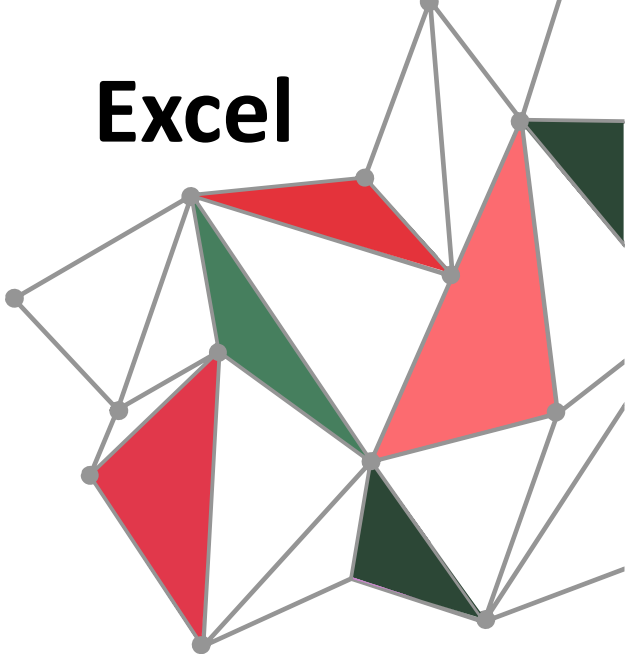


Визуализация данных в диаграммах

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



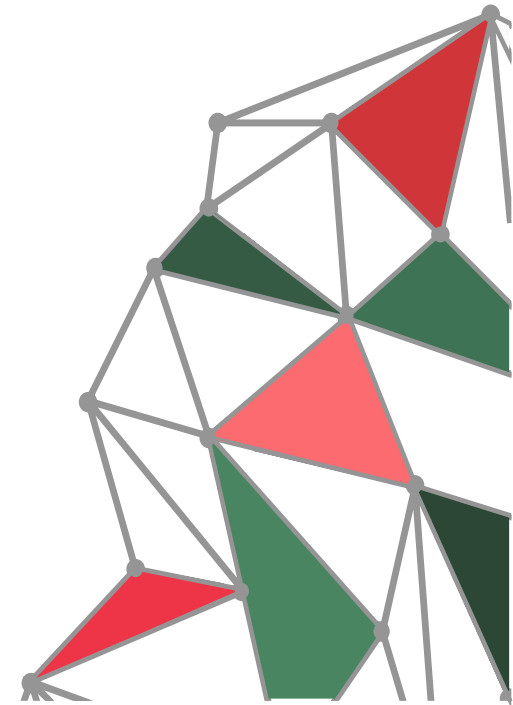
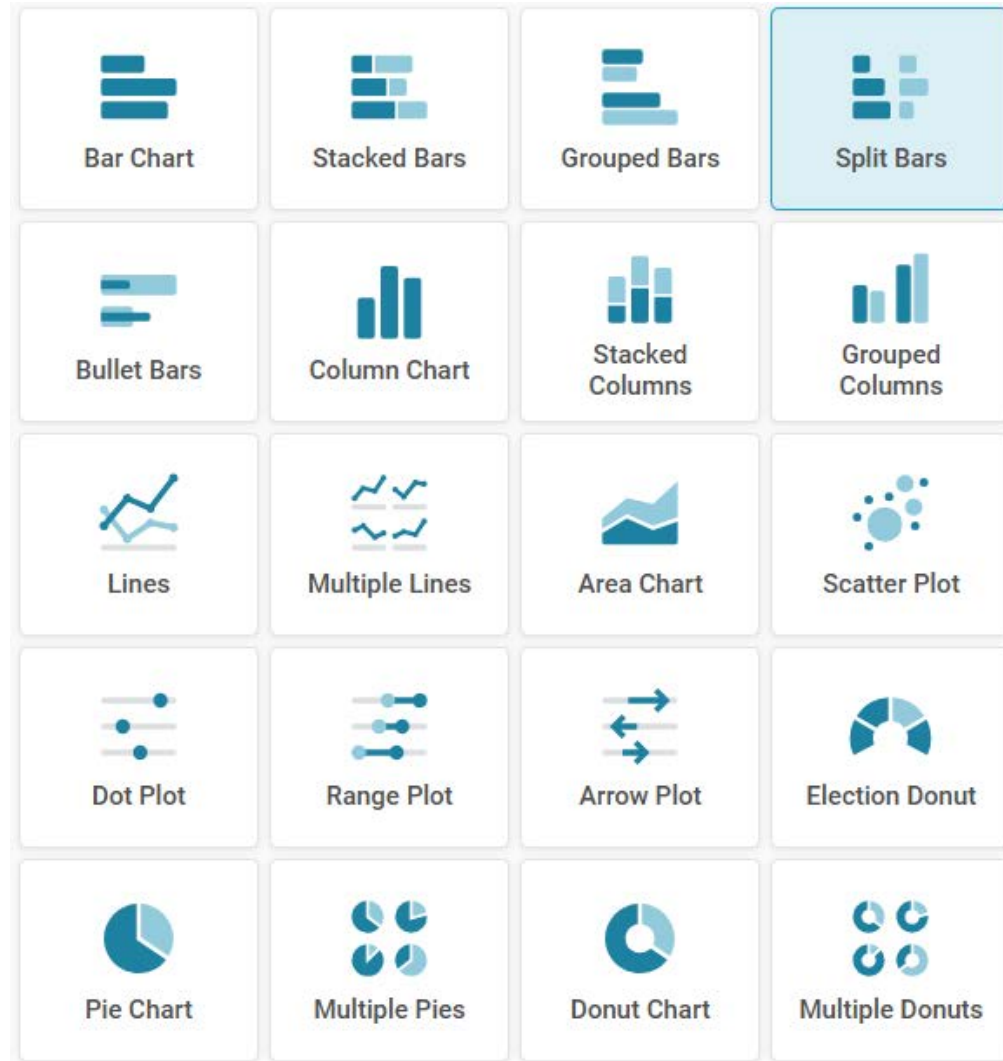
Excel



Визуализация данных в диаграммах

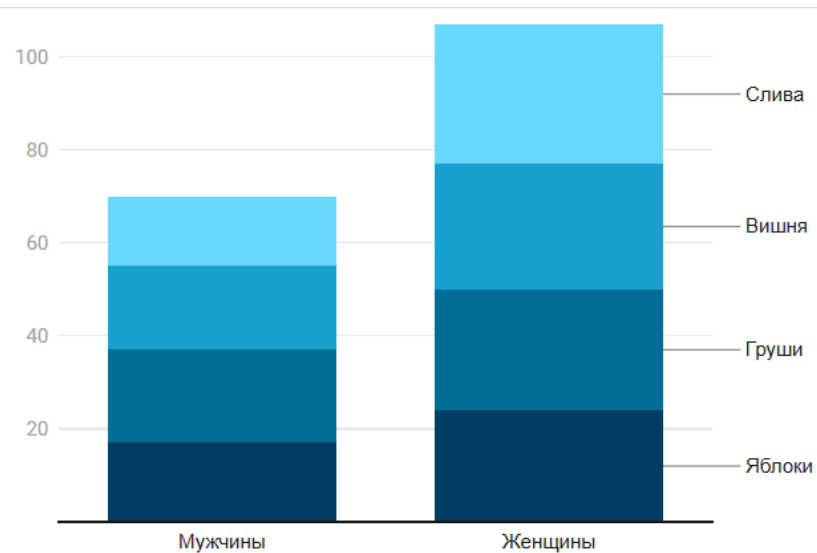
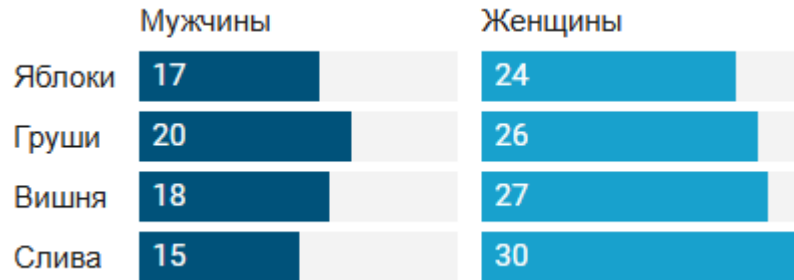
DataWrapper

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

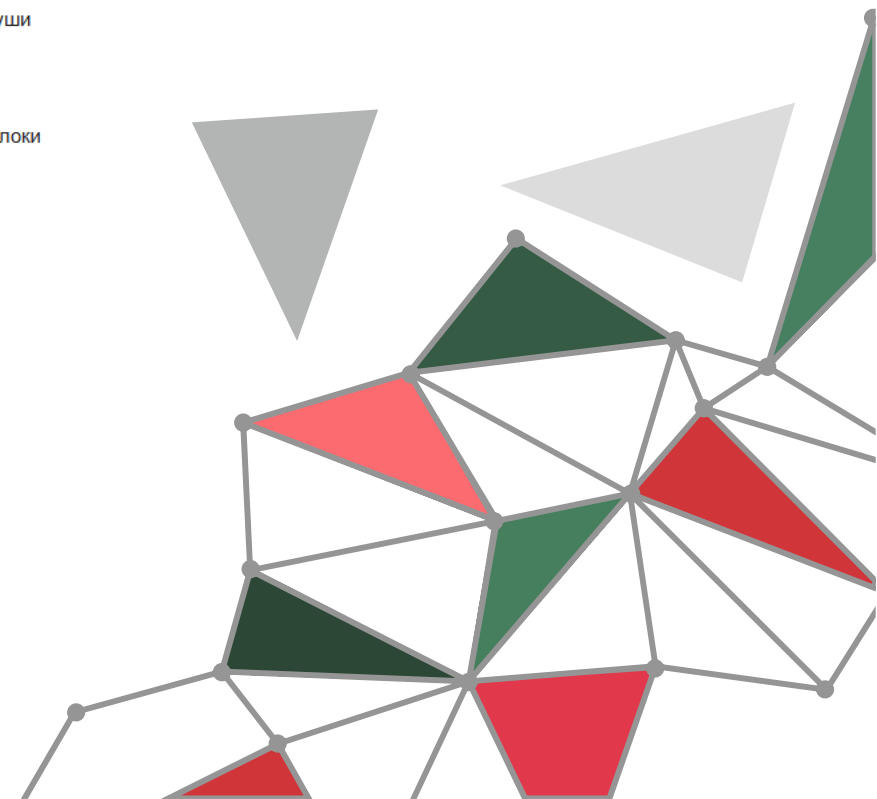
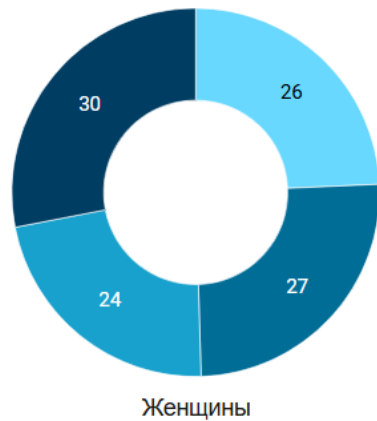
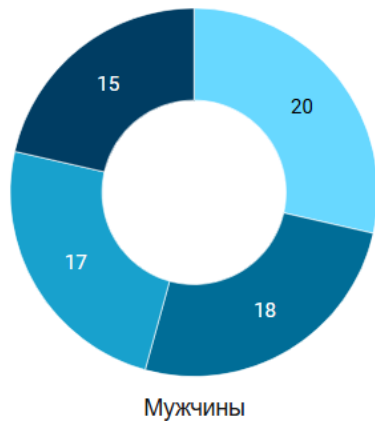


Визуализация данных в диаграммах

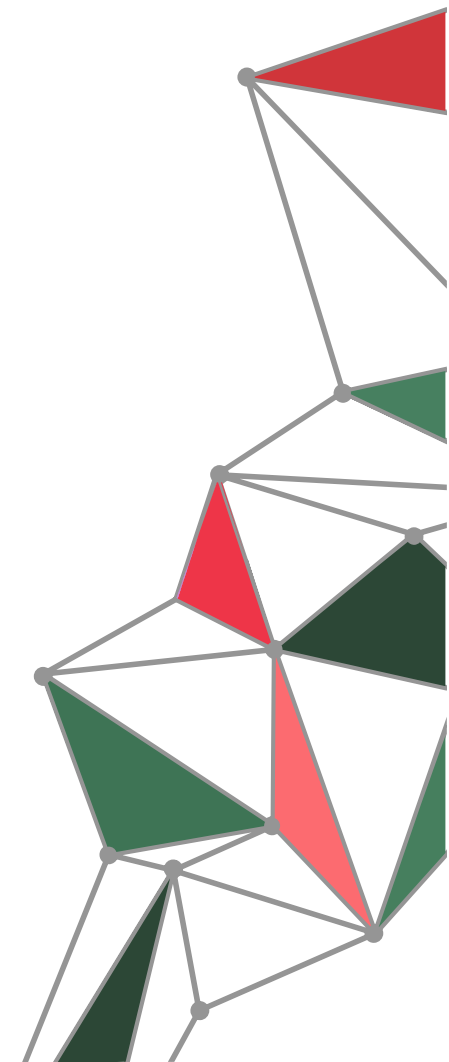
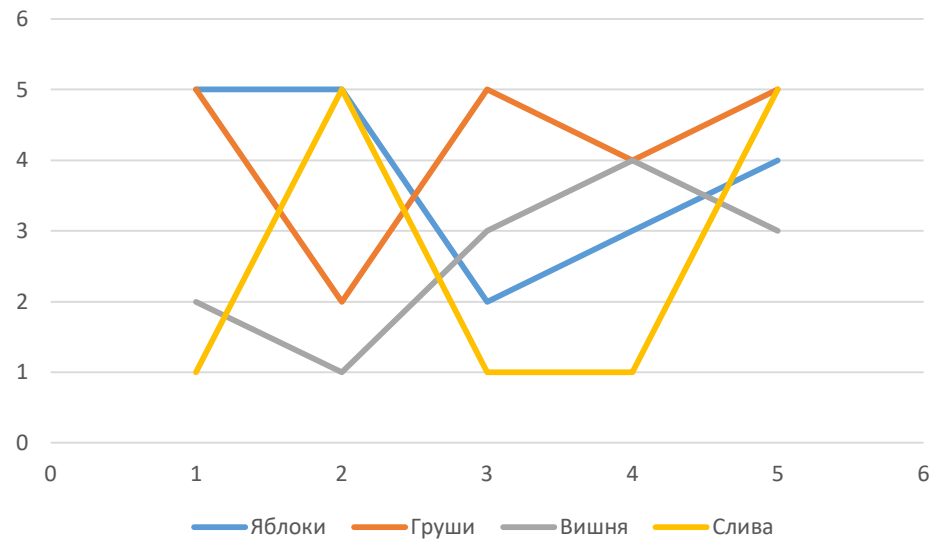
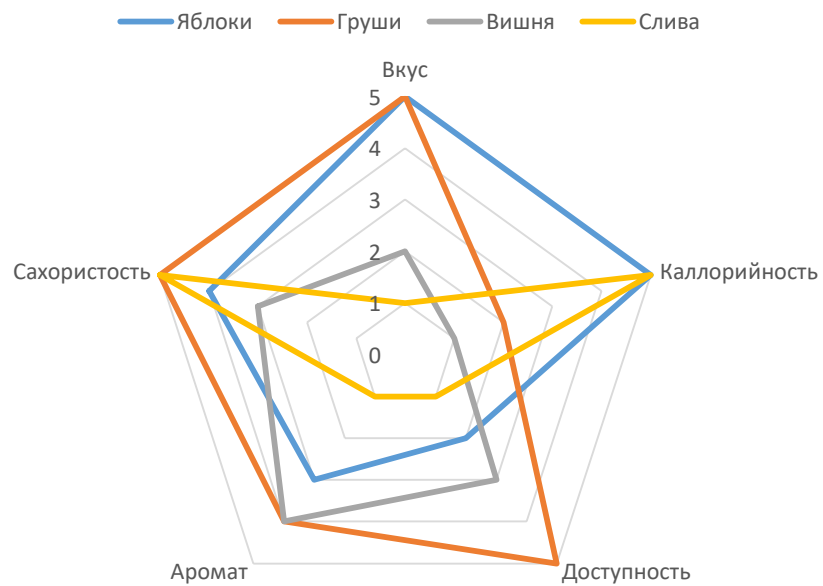
DataWrapper



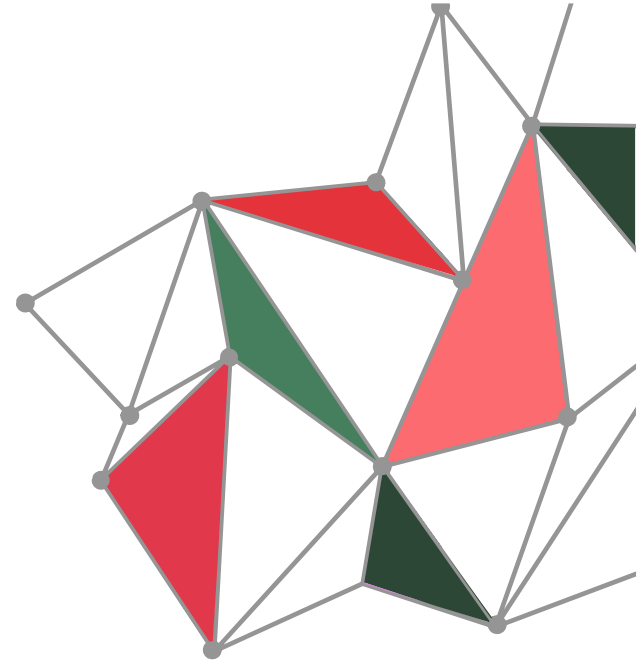
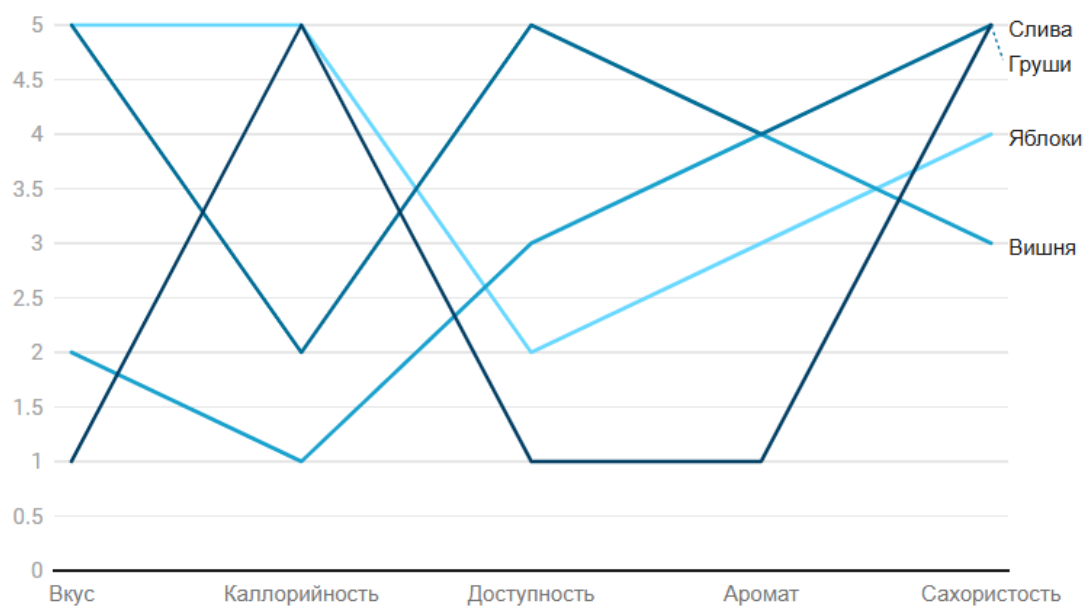
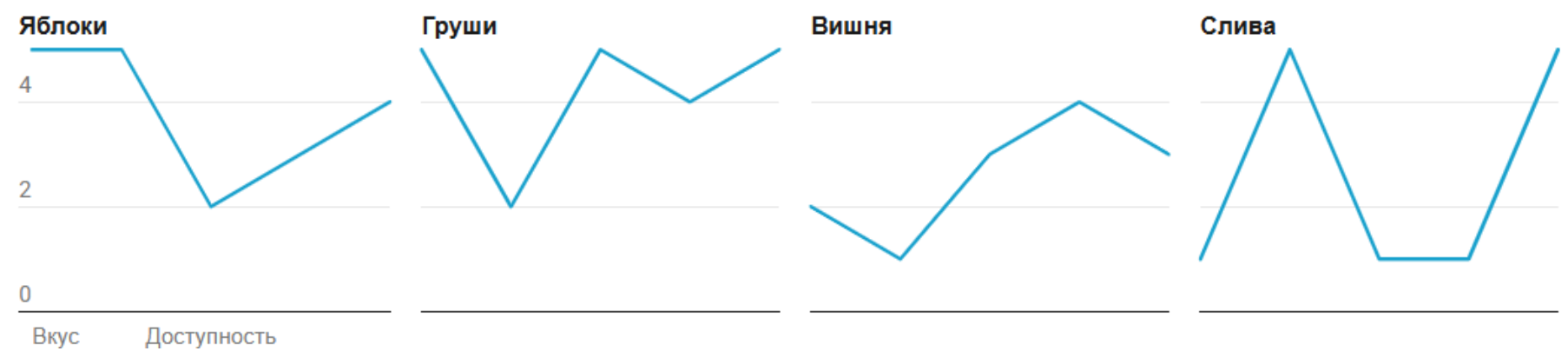
Груши Вишня Яблоки Слива



Мульти факторная оценка



Мульти факторная оценка



Виды статистического анализа

Частотный

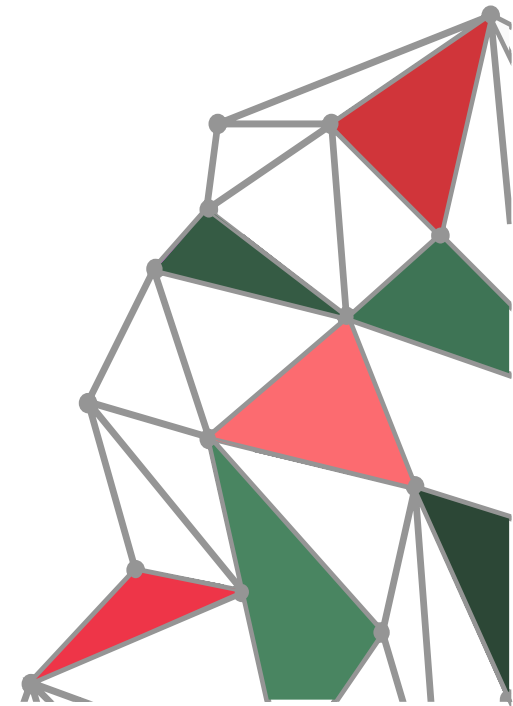
Перекрестный

Корреляционный

Регрессионный

Факторный

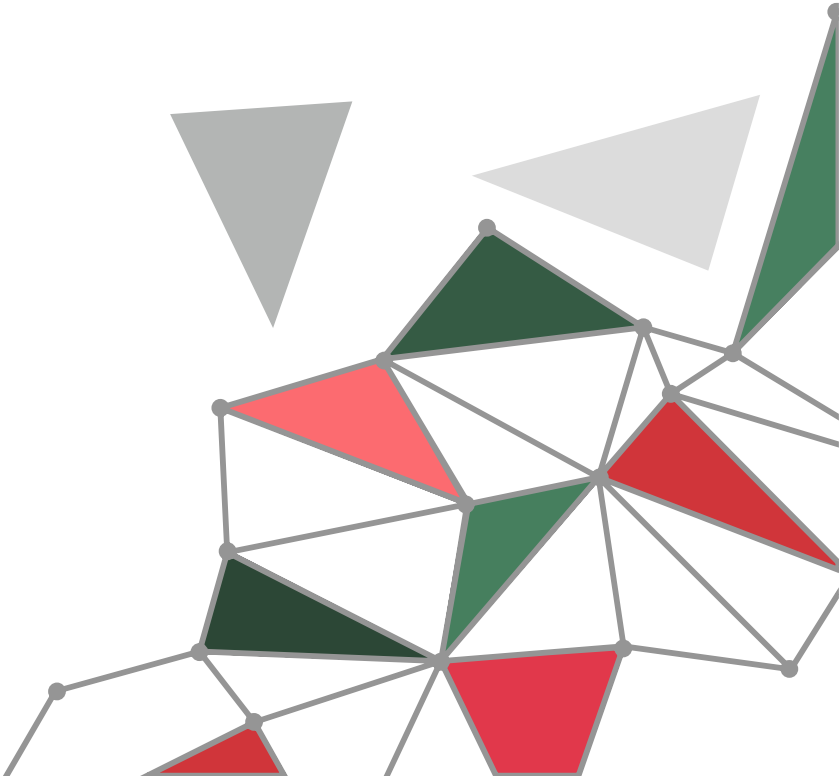
Кластерный



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
Охарактеризуйте материальное положение Вашей семьи	Денег хватает только на покупку еды, покупка одежды затруднительна	23	5,7
	Денег хватает на еду и одежду, но покупка товаров длительного потребления затруднительна	176	43,9
	Денег хватает на еду, одежду и товары длительного потребления, но покупка квартиры/машины затруднительна	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

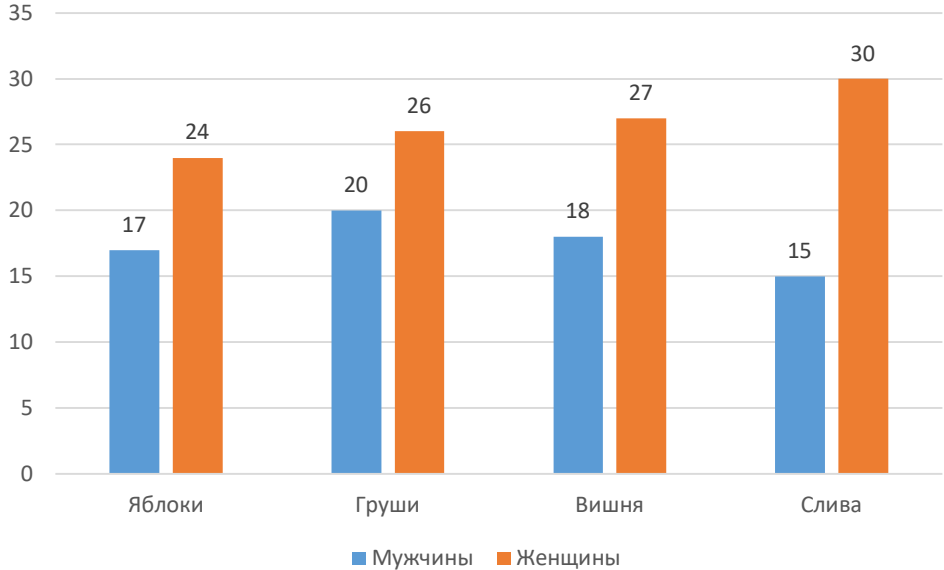
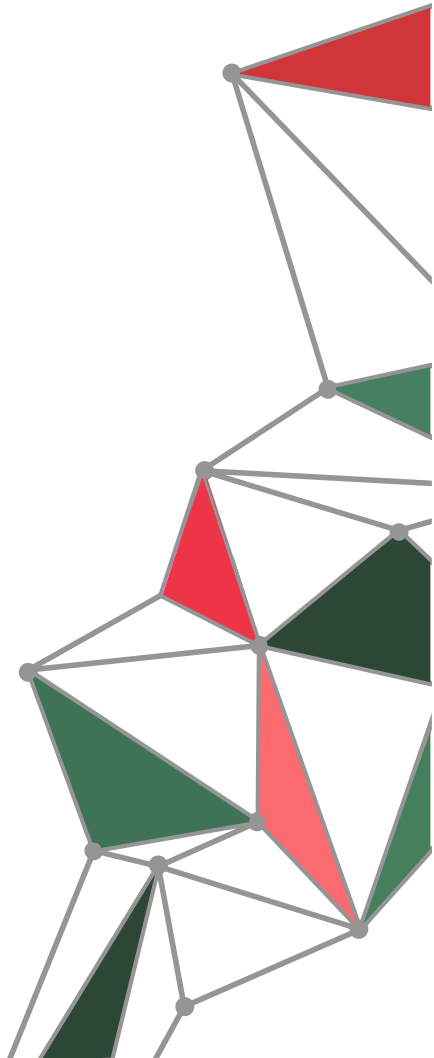


Таблица сопряженности Ваш пол: * Ваш возраст:

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

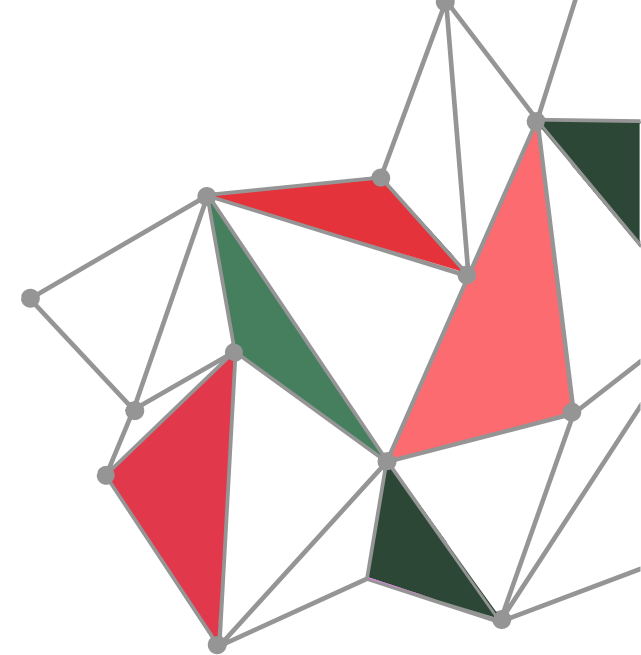


Корреляционный анализ

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

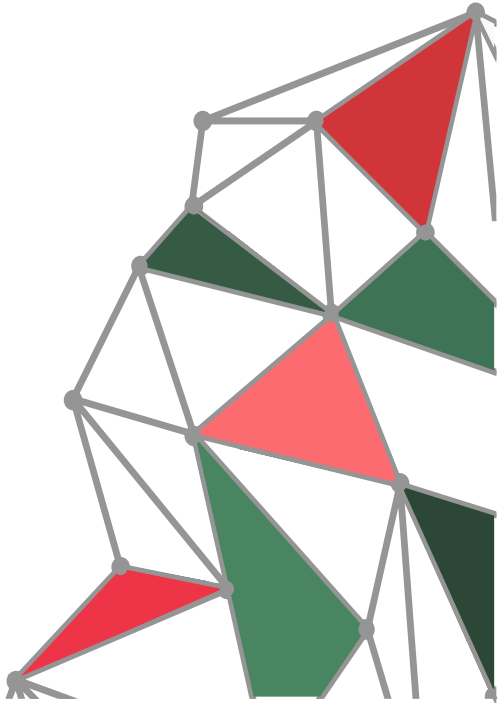
Корреляционный анализ

Пирсона (метрические шкалы)

- 1. Ваш возраст ____ лет
- 2. Ваш примерный доход ____ тыс. руб

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

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



Корреляционный анализ

Спирмена (неметрические 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

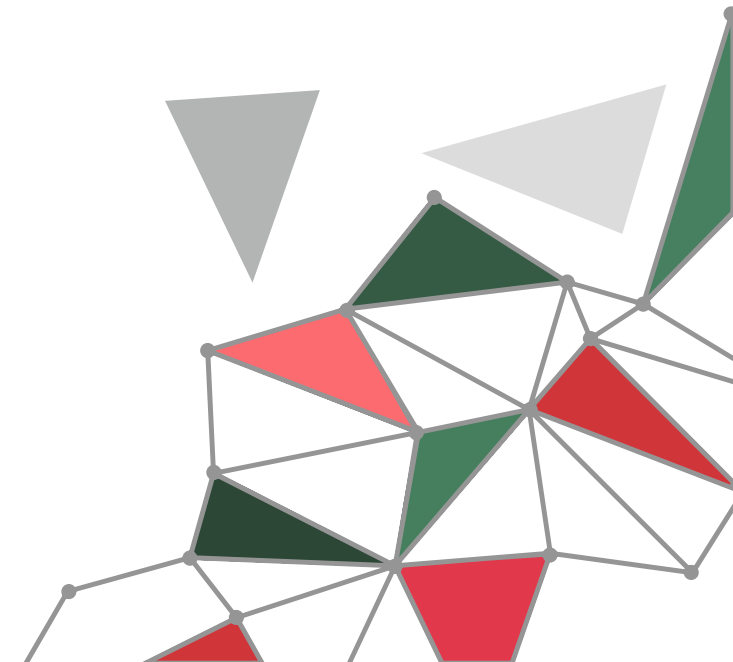
27

	А	В
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
ро Спирмена	Возраст	1,000	,958**
	Кoeffициент корреляции	.	,000
	Знч. (2-сторон)	N	N
		14	14
Доход	Кoeffициент 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 ?

санитарным состоянием помещения ?

чистотой и свежестью воздуха ?

интерьером?

оборудованием столовой ?

1..2..3..4..5 Критерий 1 X1

1..2..3..4..5 Критерий 2 X2

1..2..3..4..5 Критерий 3 X3

1..2..3..4..5 Критерий 4 X4

1..2..3..4..5 Критерий 5 X5

Дайте общую оценку столовой

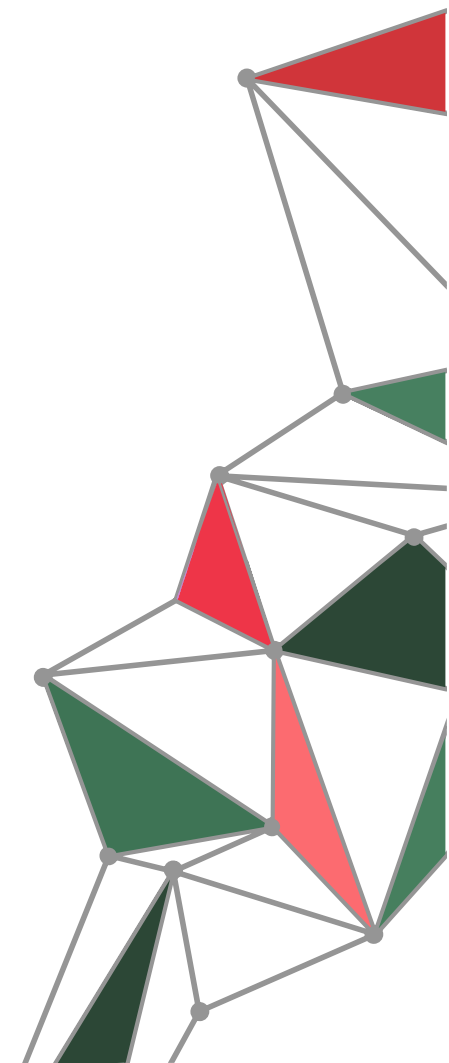
1..2..3..4..5 Общая оценка Y

$$Y = k_1 * X_1 + k_2 * X_2 + k_3 * X_3 + k_4 * X_4 + k_5 * X_5 + B(\text{const})$$

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:

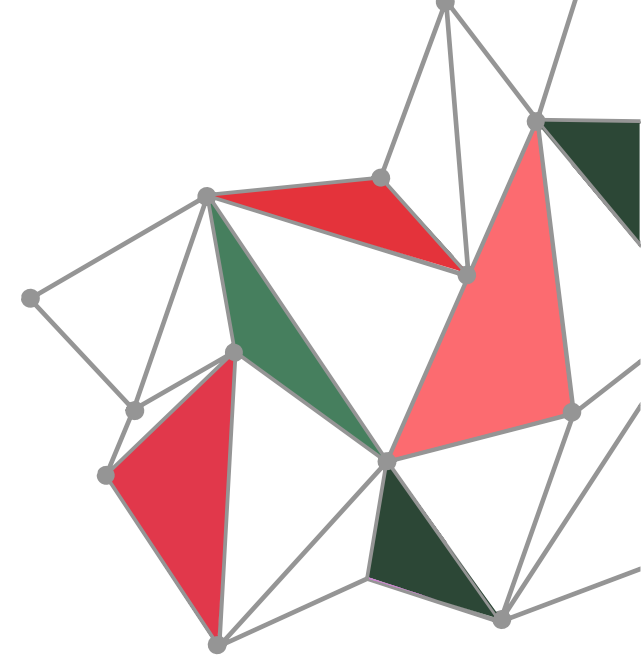
интерьеру и мебели

санитарное состояние

оборудованием

Латентные переменные

Их изначально не существует, их вычислили в процессе анализа



Кластерный анализ

Сегментация потребителей:

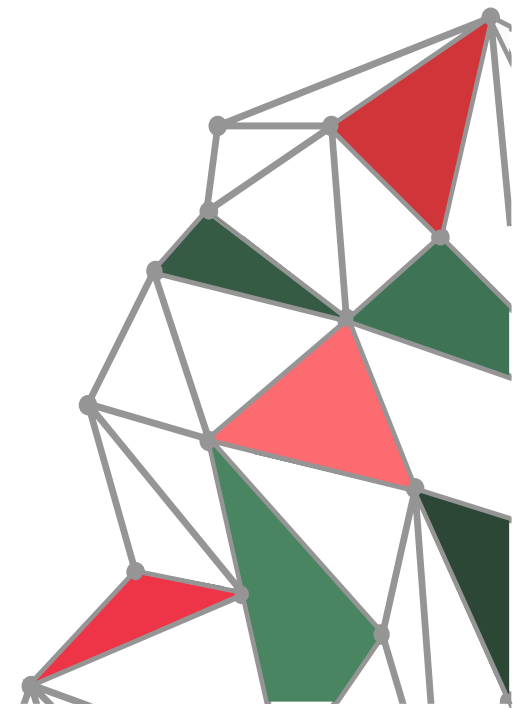
Если на одни и те же вопросы респонденты дают близкие ответы их можно объединить в кластеры

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"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Развлечения:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Транспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Одежда и аксессуары:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Технологии и гаджеты:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Учебные материалы и курсы:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Путешествия:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Игры и киберспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Кластерный анализ

Сегментация потребителей:

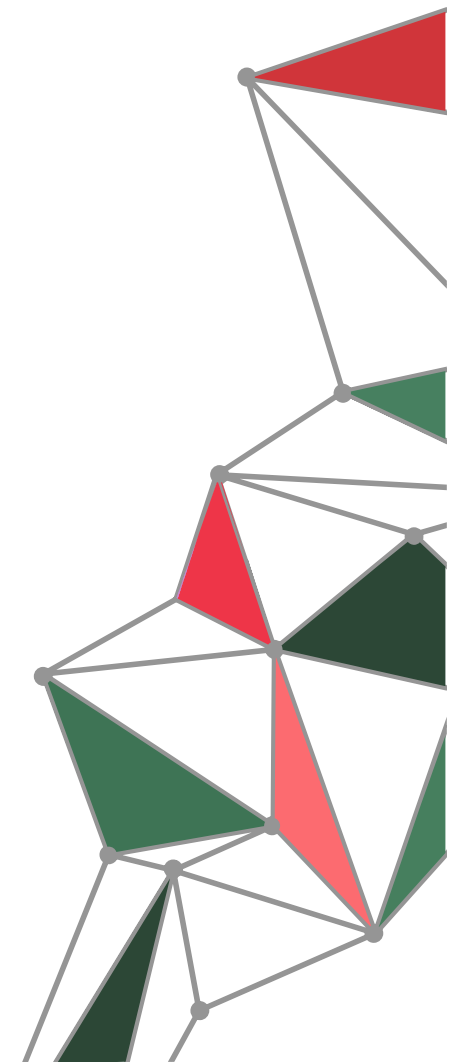
Если на одни и те же вопросы респонденты дают близкие ответы их можно объединить в кластеры

На основе
**количественных
характеристик**

Например
«Блок важности»

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"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Развлечения:	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Транспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Одежда и аксессуары:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Технологии и гаджеты:	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Учебные материалы и курсы:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Путешествия:	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Игры и киберспорт:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



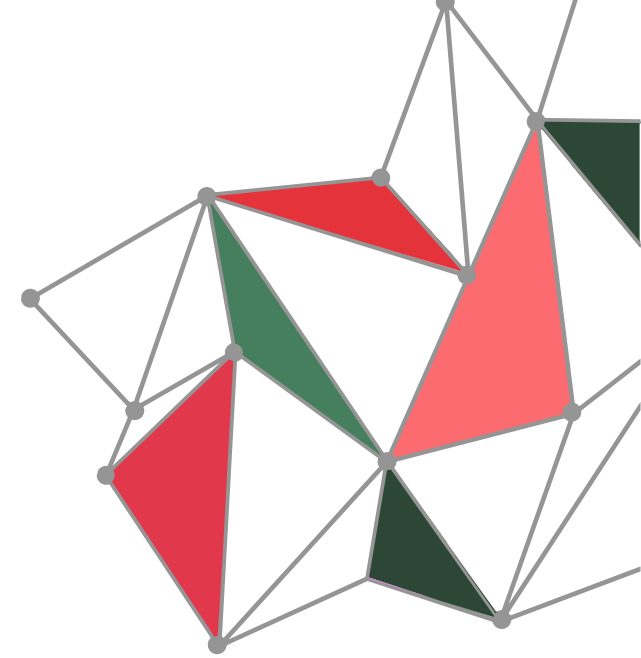
Характеристики кластеров

Количество кластеров

Размер кластера (отсутствие малых)

Различия (контрастные) между кластерами

Описание состава кластера (демография / привычки)



Спасибо за внимание

