

Mediascope Clients Conference 2020

BrandPulse: год спустя

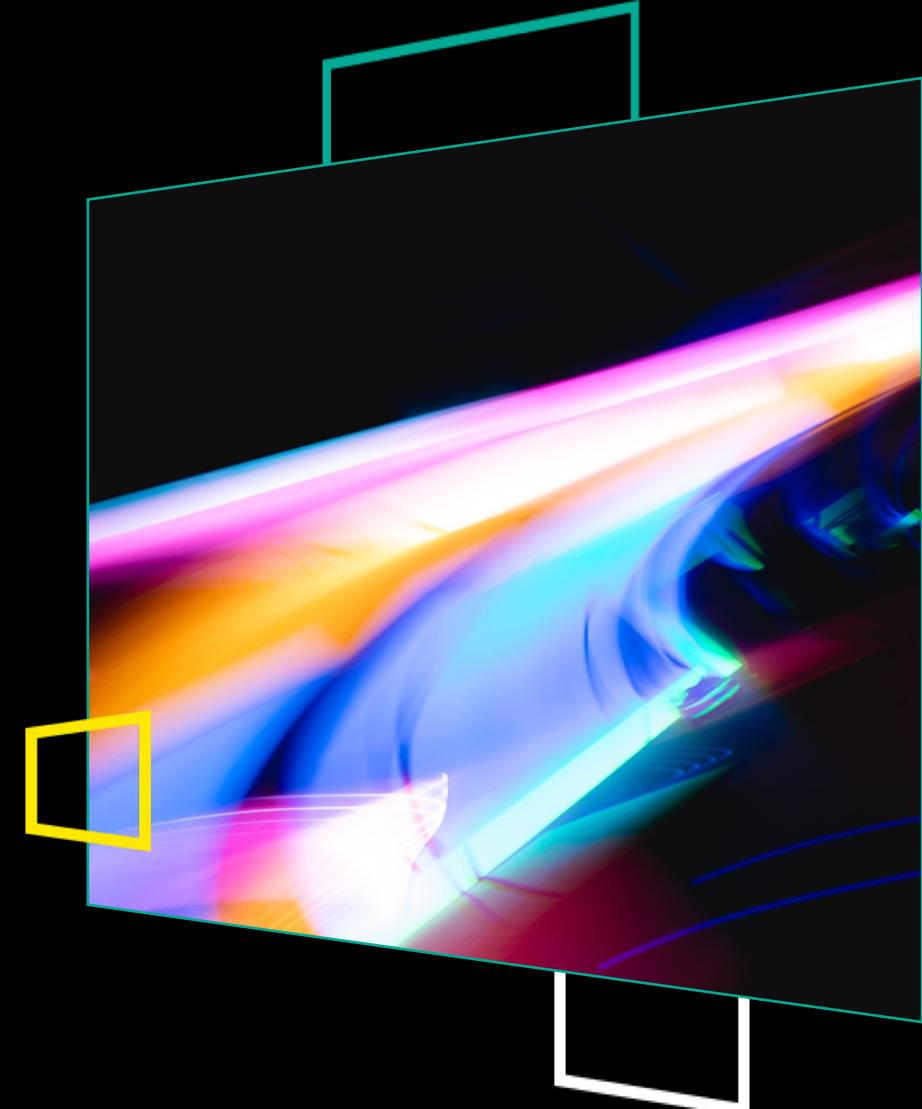
Марина Пикулева
Олеся Старостина

Data. We take it
personally

#MEDIASCOPECONF

Базовые принципы: Масштаб. Качество. Гибкость

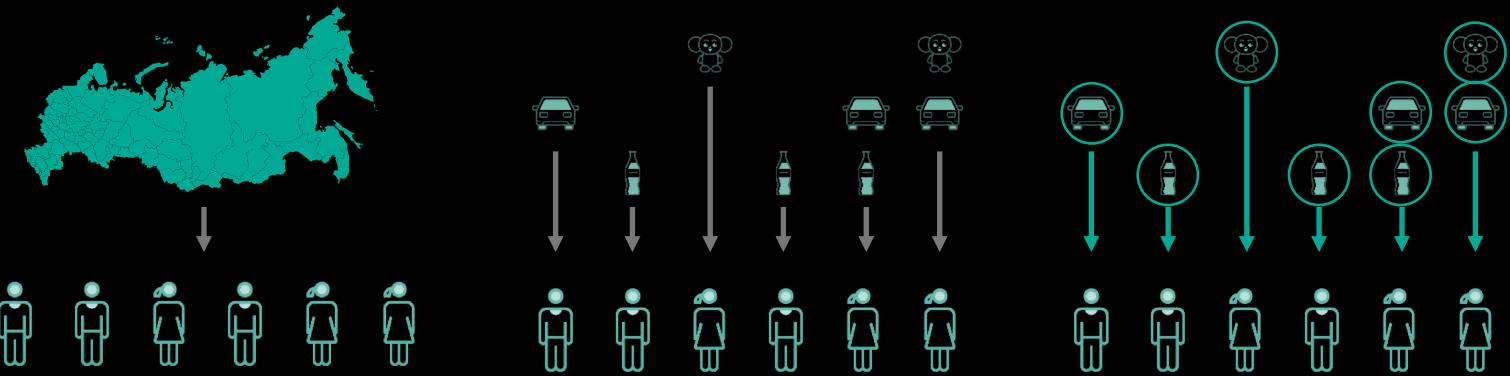
- Совмещаем большой справочник с еженедельным трекингом
- Верим в онлайн и короткие анкеты
- Предлагаем разные форматы и кастомные решения



#MEDIASCOPECONF

Как мы это делаем

- Репрезентативная онлайн панель
- Обязательное профилирование
- Гибкий конструктор из множества коротких анкет
- Дополнение коротких анкет вопросами профиля



Россия 0+ 12-64
32k панелистов

Репрезентативная
выборка



Обязательное
профилирование
(80+ минут)

Большой справочник
по 420+ товарным
категориям, lifestyle,
медиа, рекламе,
соц/дему и др.



Дополнительные
анкеты по 150
товарным категориям
и 3700 брендам

Россия 100k+ 14-64

Регулируемая
рассылка

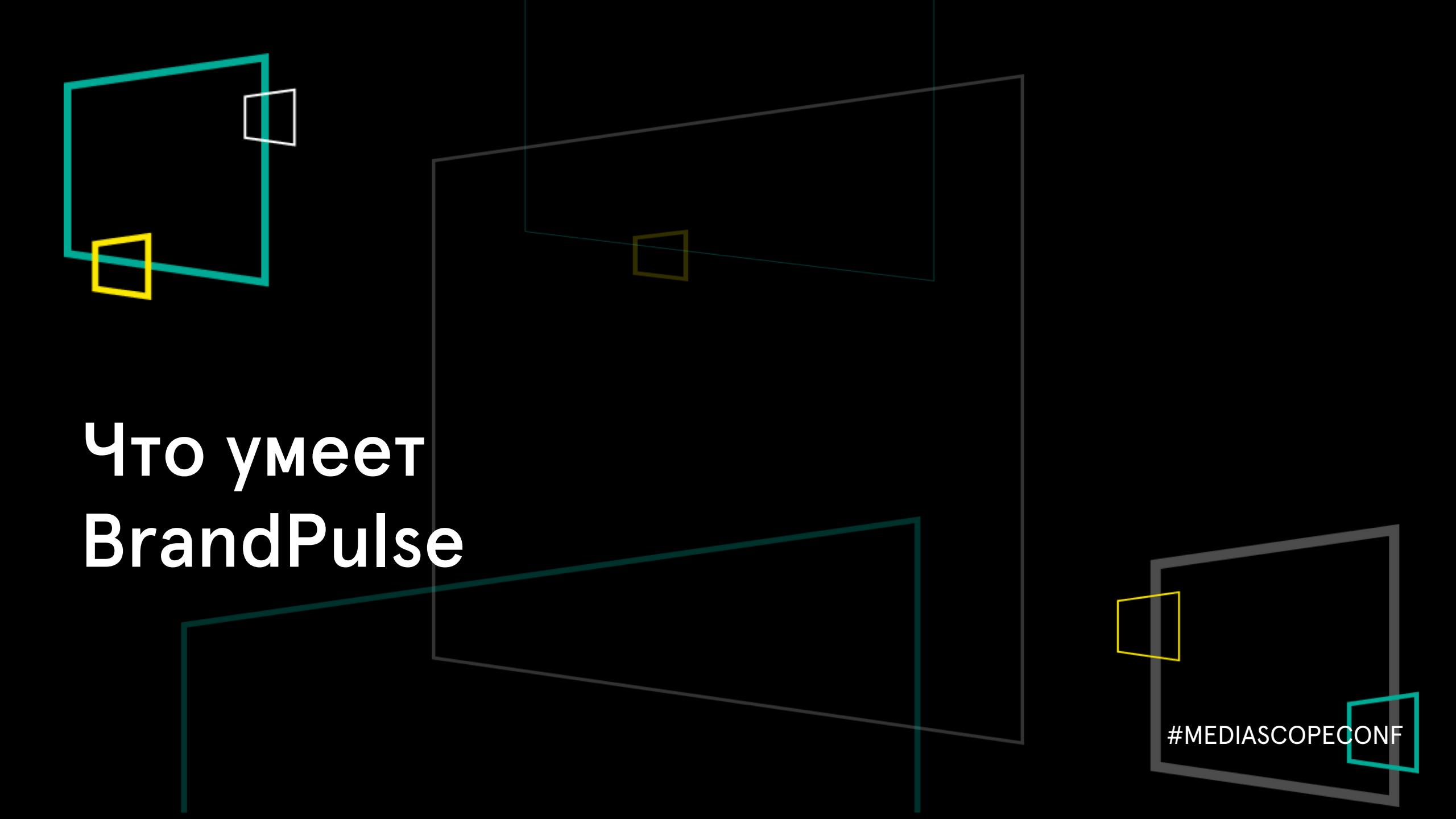
~2 млн анкет в год

Анкета 3-5 минут

#MEDIASCOPECONF

Новое в 2021

- Объединение ВНТ и U&A
- Добавление новых брендов за 3 дня до начала волны
- Изменение списка психографики
- Оптимизация вопросов профиля
- Добавление 65+ (если даст Covid-19)
- Группа пользователей данных BrandPulse



Что умеет
BrandPulse

#MEDIASCOPECONF

Большой справочник по рынкам

+

Brand Health Tracking

Поиск и описание
целевых групп

Анализ
медиапредпочтений
и touchpoints

Выбор каналов
коммуникации и
медиапланирование

Оценка объема рынка

Отслеживание
показателей бренда

Описание профиля
потребителей

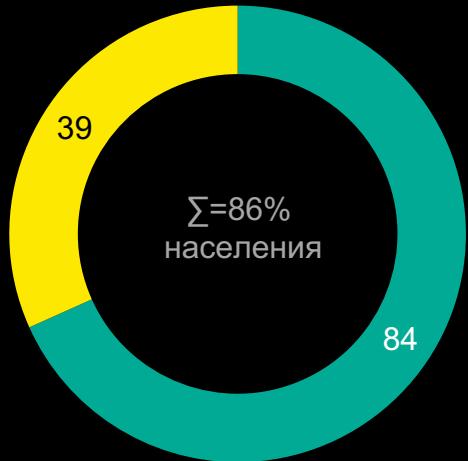
Конкурентный
анализ

Динамика и тренды

#MEDIASCOPECONF

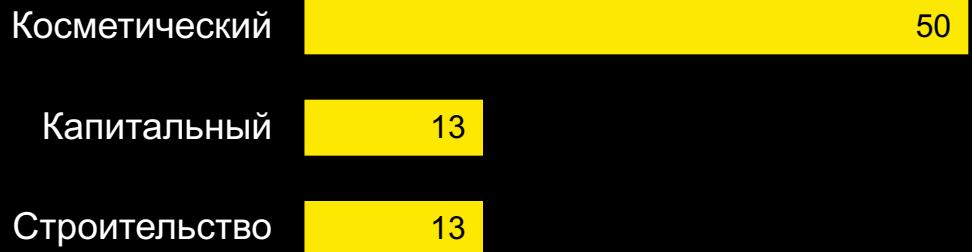
Магазины мебели, товаров для дома, строительства и ремонта

67,6 млн покупателей зимой (68% населения)

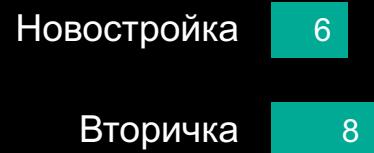


86,8 млн покупателей летом (86% населения)

ДЕЛАЮТ РЕМОНТ



КУПИЛИ ЖИЛЬЕ

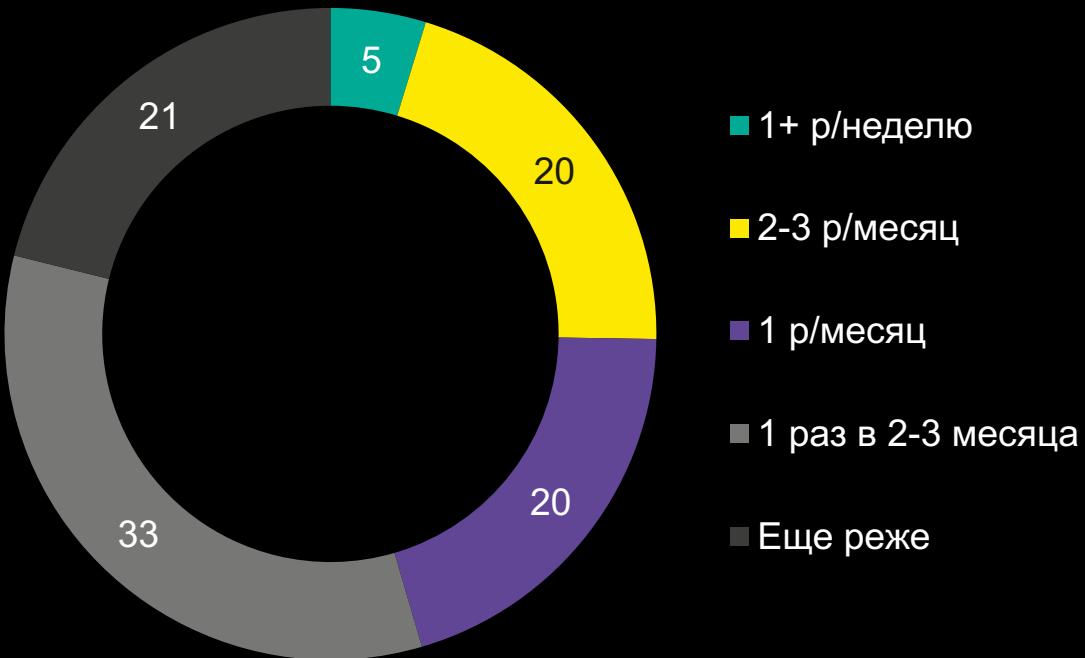


Слева – в % от населения, справа - в % от покупателей в магазинах этого типа

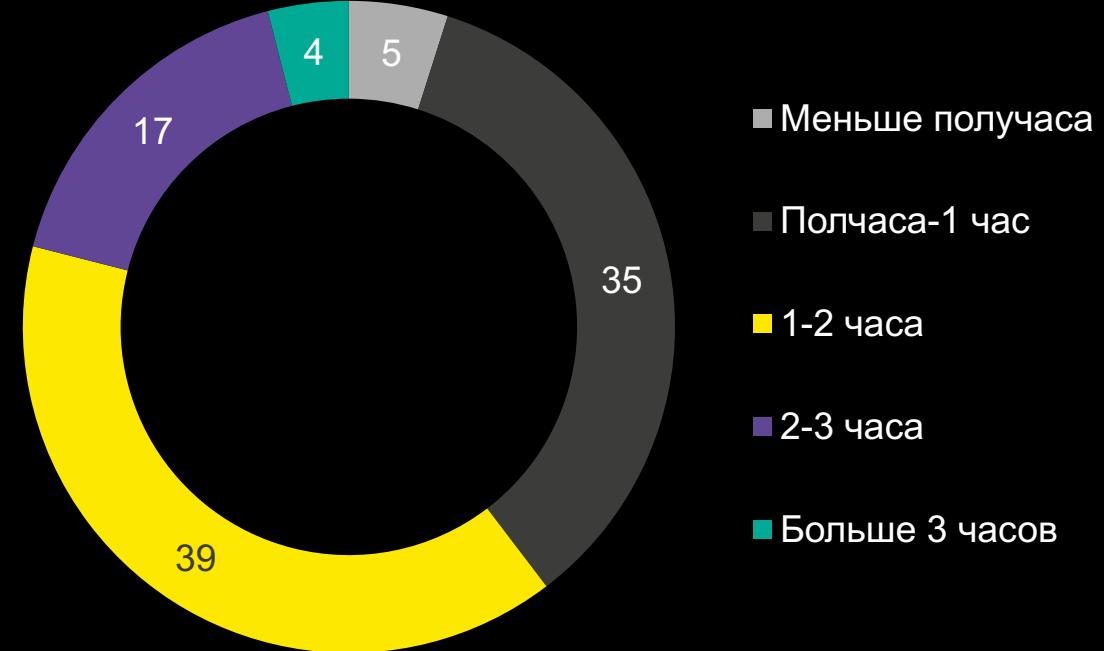
#MEDIASCOPECONF

Магазины мебели, товаров для дома, строительства и ремонта

Частота посещения



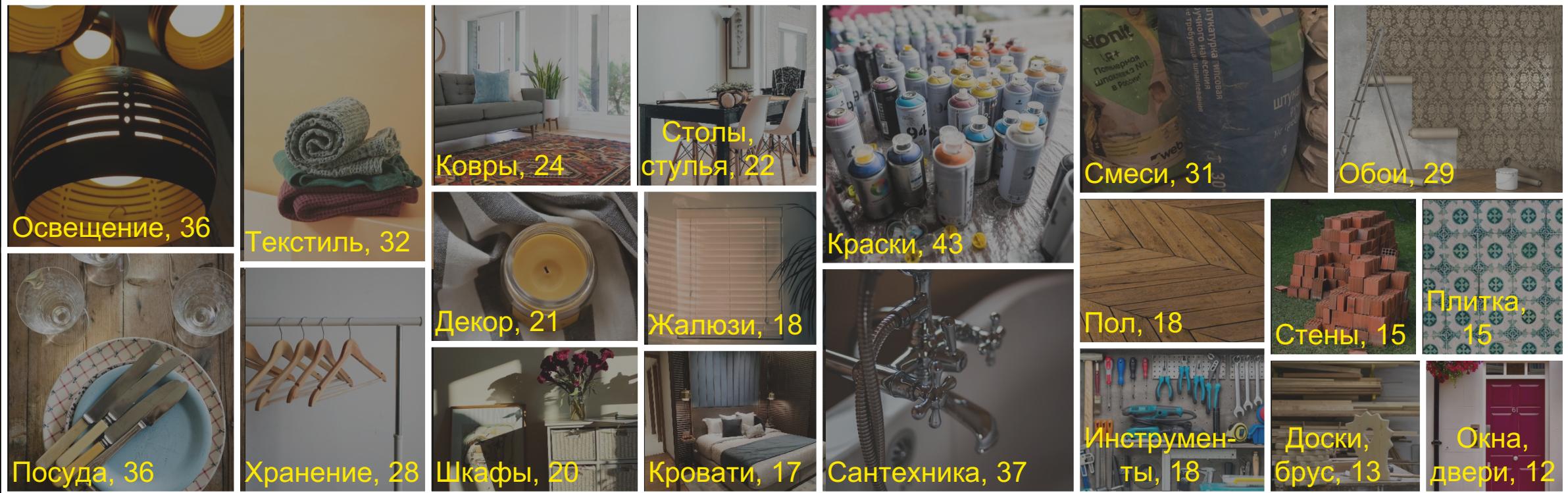
Продолжительность визита



#MEDIASCOPECONF

Магазины мебели, товаров для дома, строительства и ремонта

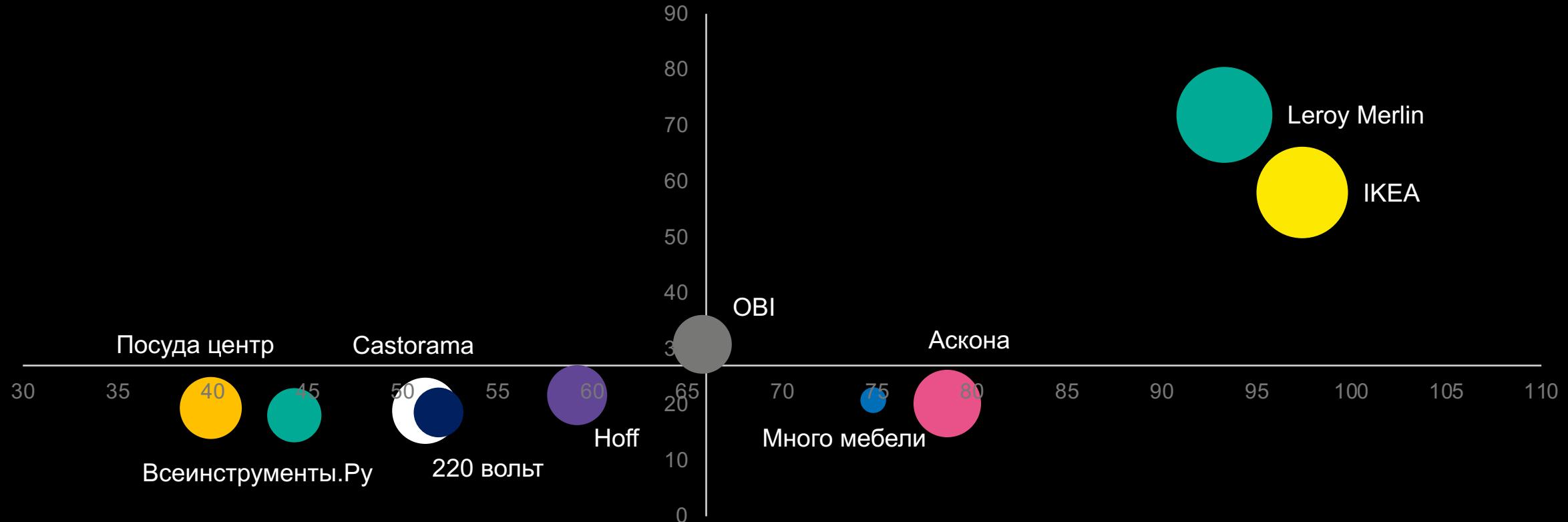
За какими покупками приходят



В % от покупателей в магазинах этого типа

#MEDIASCOPECONF

Карта магазинов мебели, товаров для дома и ремонта



Ось X – Подсказанное знание, Ось Y – Совершение покупок, в % от покупателей в магазинах этого типа.
Оси пересекаются в средних значениях по рынку. Размер круга – Индекс NPS. Показаны топ 10 магазинов

#MEDIASCOPECONF

Кто и что влияет на выбор магазина

Ориентации при покупке, %



Источники информации, %

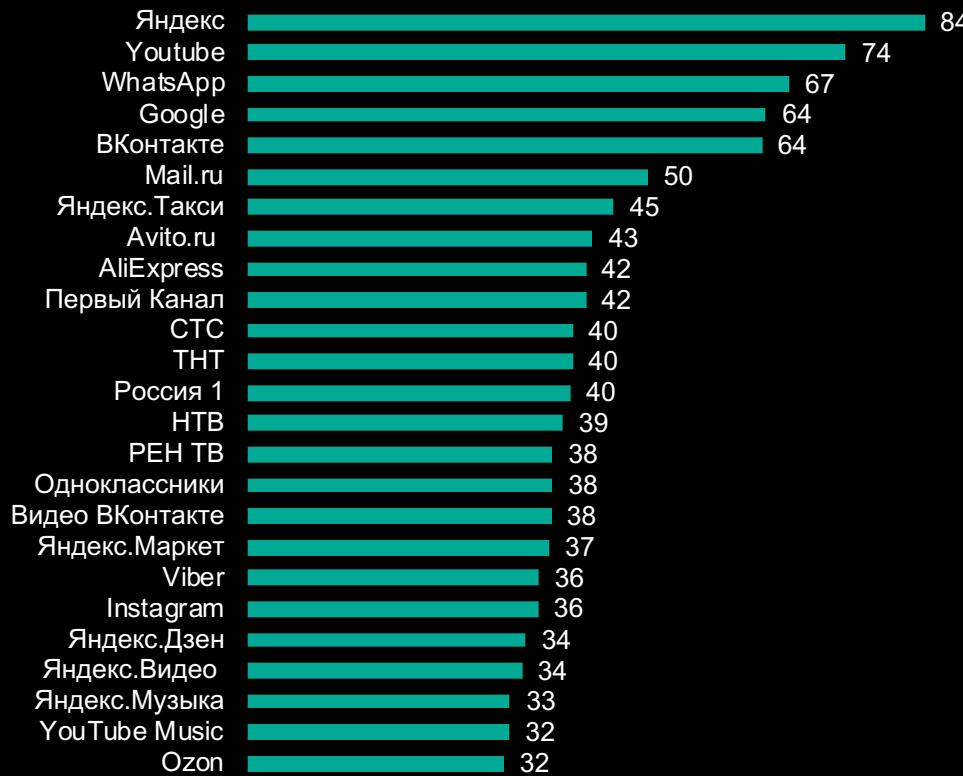


в % от покупателей в магазинах этого типа

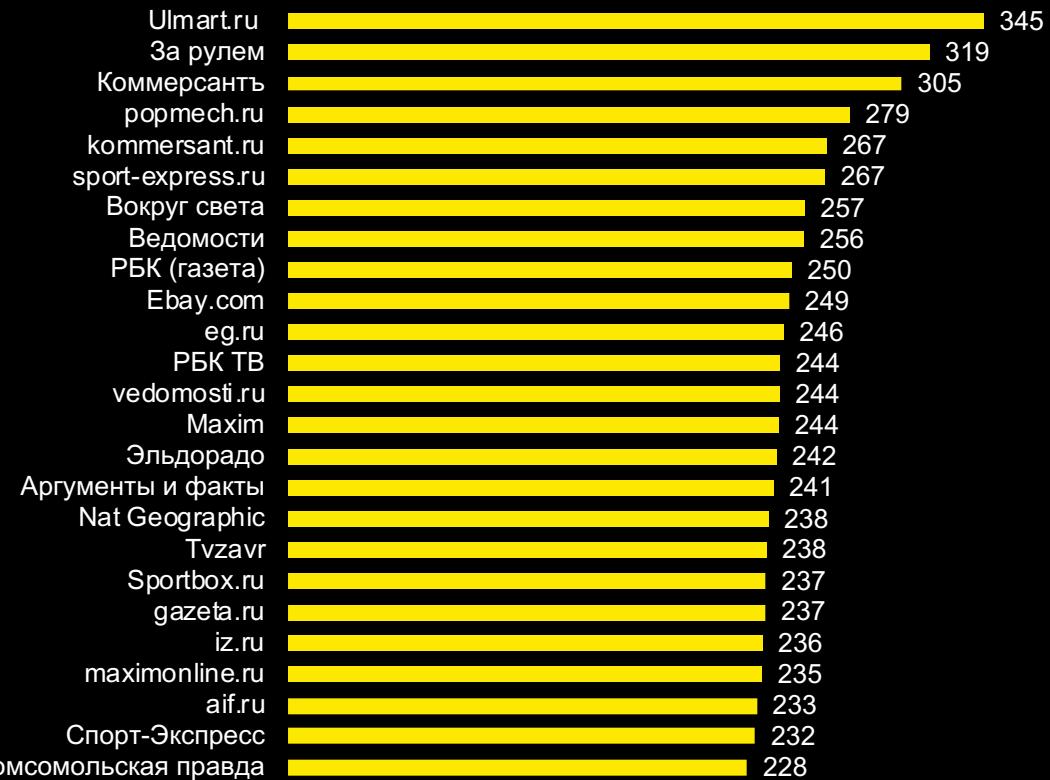
#MEDIASCOPECONF

Топ каналов коммуникации с потребителями бренда

220 Вольт: Топ-25 по активному потреблению, %



220 Вольт: Топ-25 по релевантности, Affinity Index



от покупателей в магазинах этого типа

#MEDIASCOPECONF

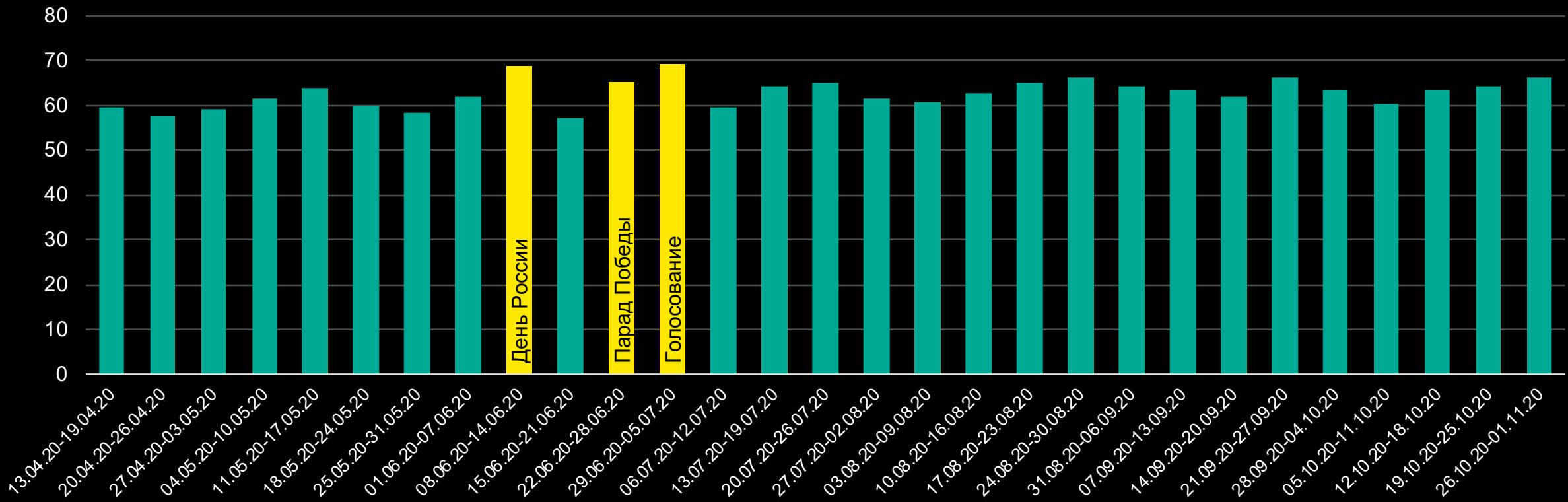
Впервые доступны потребительские данные по всей России

Кто каких домашних животных держит

Affinity Index	Большая Москва	700k+ без Мск	100-699k	0-99k
 Собаки	99	80	81	117
 Кошки	93	95	94	107
 Аквариумные рыбки	129	106	99	92
 Грызуны	139	113	98	87
 Декоративные птицы	141	107	105	86
 Рептилии	146	107	99	88
 Другие	60	58	56	147

Еженедельная динамика позволяет отследить колебания, которые теряются на более крупных интервалах

Использование Delivery Club

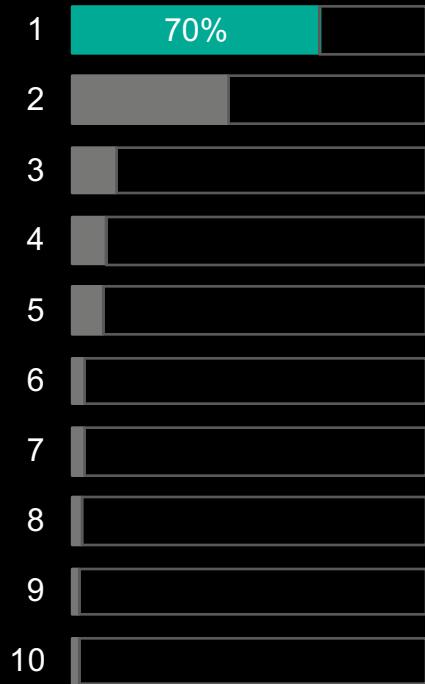


В % от пользователей сервисов доставки еды

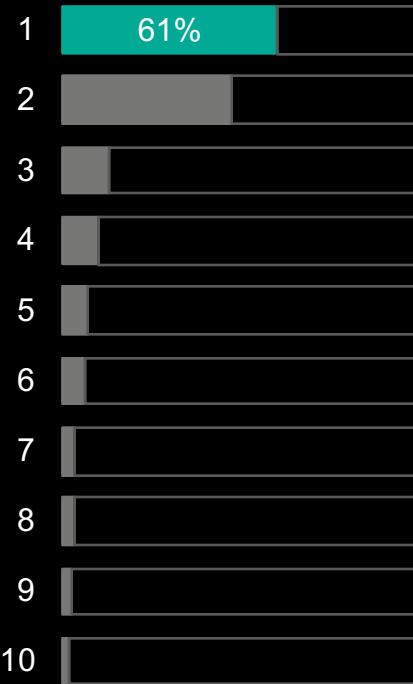
#MEDIASCOPECONF

Спонтанное знание показывает силу ассоциаций между брендом и категорией

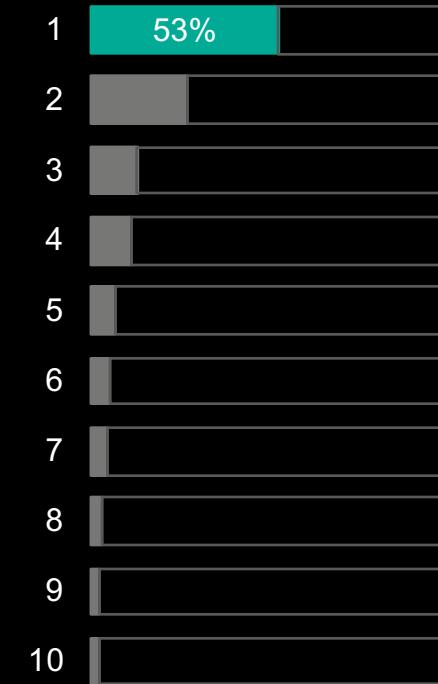
Сметана



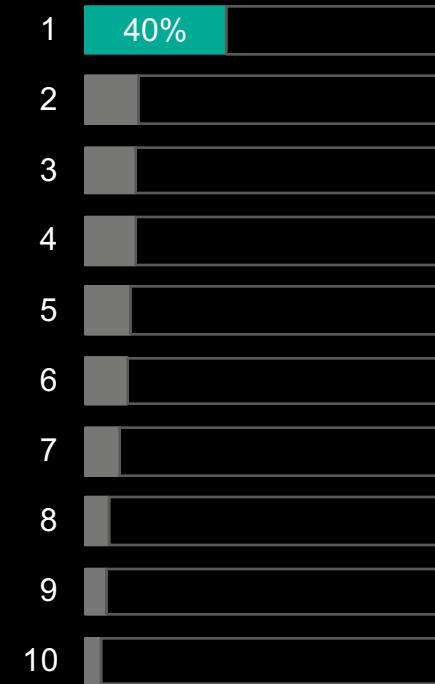
Молоко, сливки



Творог, масса



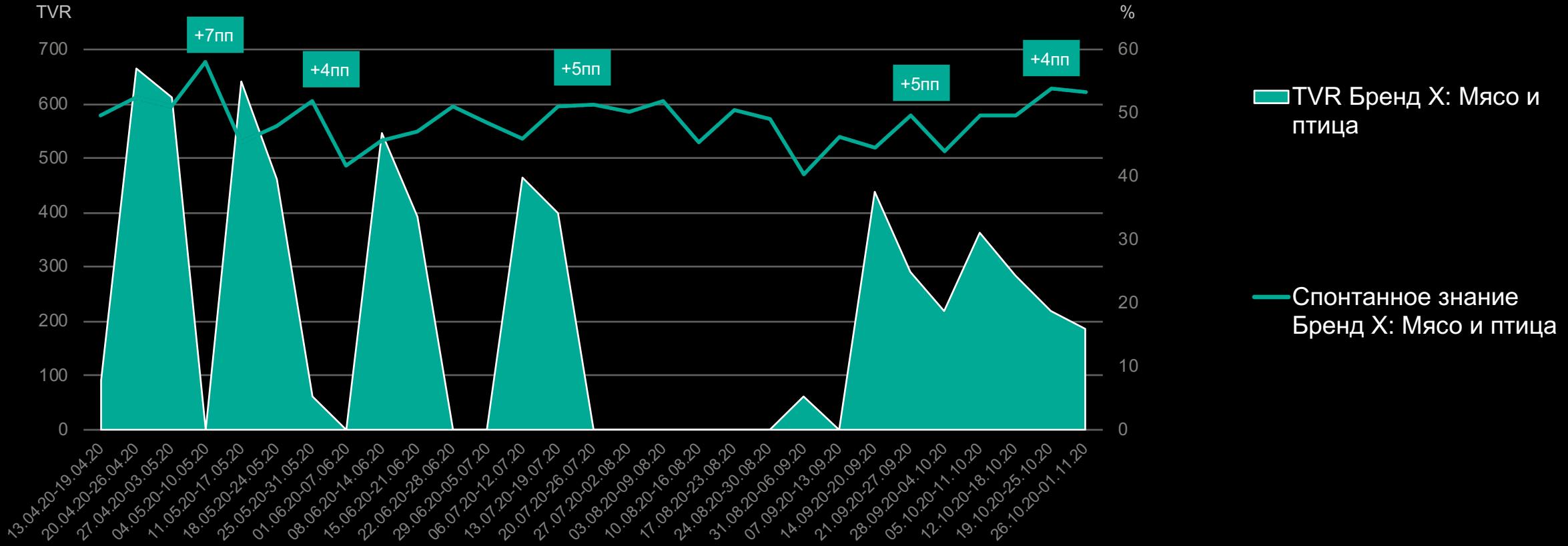
Масло сливочное



■ Простоквашено, % от потребителей категории

#MEDIASCOPECONF

Спонтанное знание даже крупного бренда меняется под влиянием рекламы

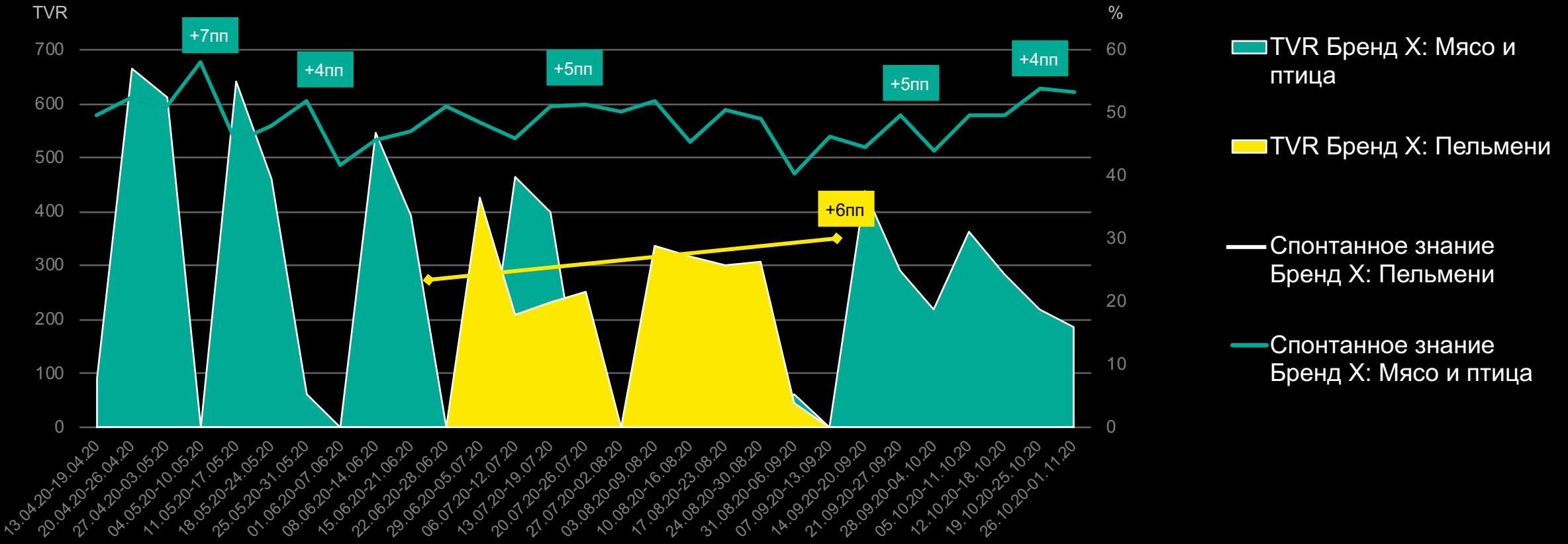


% от потребителей мяса и птицы

TVR – по данным TV Index, Россия 100k+ 14-64

#MEDIASCOPECONF

Спонтанное знание даже крупного бренда меняется под влиянием рекламы в релевантной категории



% от потребителей мяса и птицы, % от потребителей пельменей
TVR – по данным TV Index, Россия 100k+ 14-64

#MEDIASCOPECONF

Воронка бренда для проверки конверсий и поиска направлений для развития

Яндекс Такси, Моск+Спб

% от пользователей такси

Конверсия

Первое упоминание

30

Спонтанное знание

40

Подсказанное знание

98

Намерение пользоваться

95

96%

Использование

90

96%

Наиболее частое использование (МОВ)

61

68%

Промоутеры + МОВ

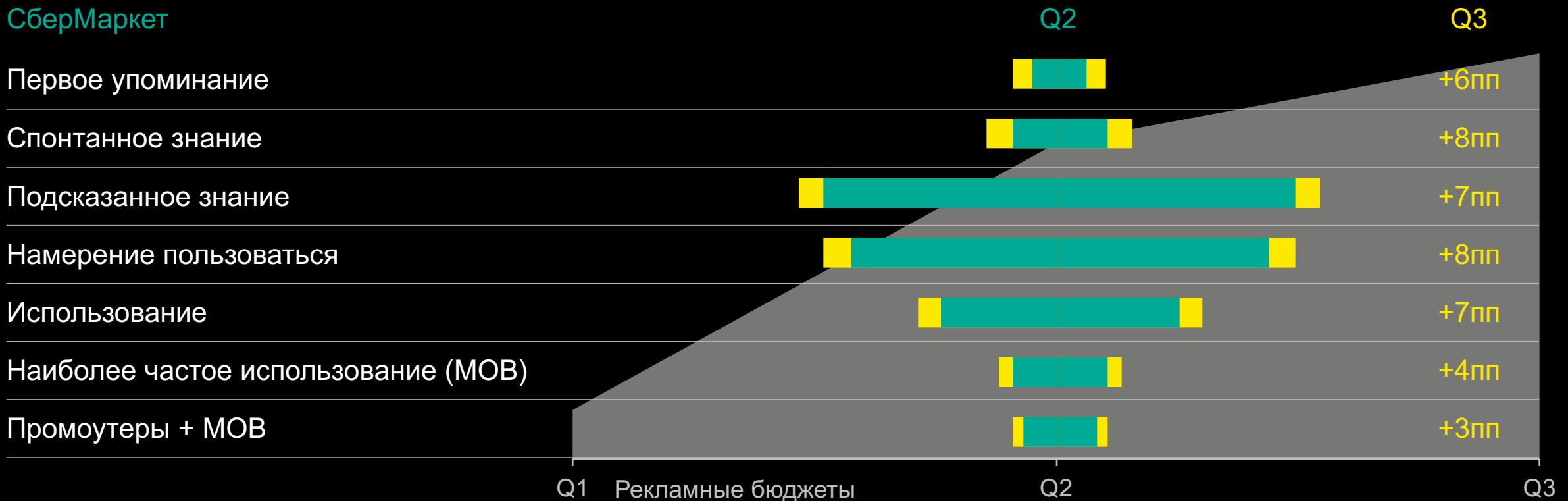
43

70%

В % от пользователей такси в Москве и Санкт-Петербурге

#MEDIASCOPECONF

Медийная поддержка при выводе нового бренда продвигает все показатели классической воронки



#MEDIASCOPECONF

Не опрос, а космос

#MEDIASCOPECONF

Зачем это нужно?

- Масштабы, скорость, унификация
- Качество данных, поставки без ошибок
- Новая система поставки данных



Какие марки автомобилей Вы **знаете** хотя бы по названию? Внимание! На этом экране могут появиться марки, которые Вы только что уже вписали в пустые строчки. Пожалуйста, отметьте еще раз, что Вы их знаете.



PEUGEOT

Peugeot
4/41

Знаю

Не знаю

#MEDIASCOPECONF

Новый формат анкет

- Реляционная модель
- Система словарей и справочников
- Json вместо Word
- API вместо email

Подсказанное знание бренда и рекламы
ПР: Карусель, ЛОГОТИПЫ С ПОДПИСЯМИ
Если в столбце «Знаю» не отмечен ни один бренд – закончить интервью
CHB3. Какие из этих марок шоколадных батончиков, драже, яиц и фигурок Вы знаете хотя бы по названию, неважно, покупаете Вы их или нет?
Внимание! На этом экране могут появиться марки, которые Вы только что уже вписали в пустые строчки. Пожалуйста, отметьте еще раз, что Вы их знаете.

		Знаю марку	Не знаю марку
1	Bounty	1	3
2	ChupaChups	1	3
3	Kinder	1	3
4	KitKat	1	3
5	Mars	1	3
6	Milka	1	3
7	Milky way	1	3
8	Picnic	1	3
9	Snickers	1	3
10	Twix	1	3

ПР: Задавать по брендам, отмеченным в CHB3
CHB3ad. А **рекламу** каких марок Вы видели или слышали за последние 7 дней?

Множественный ответ

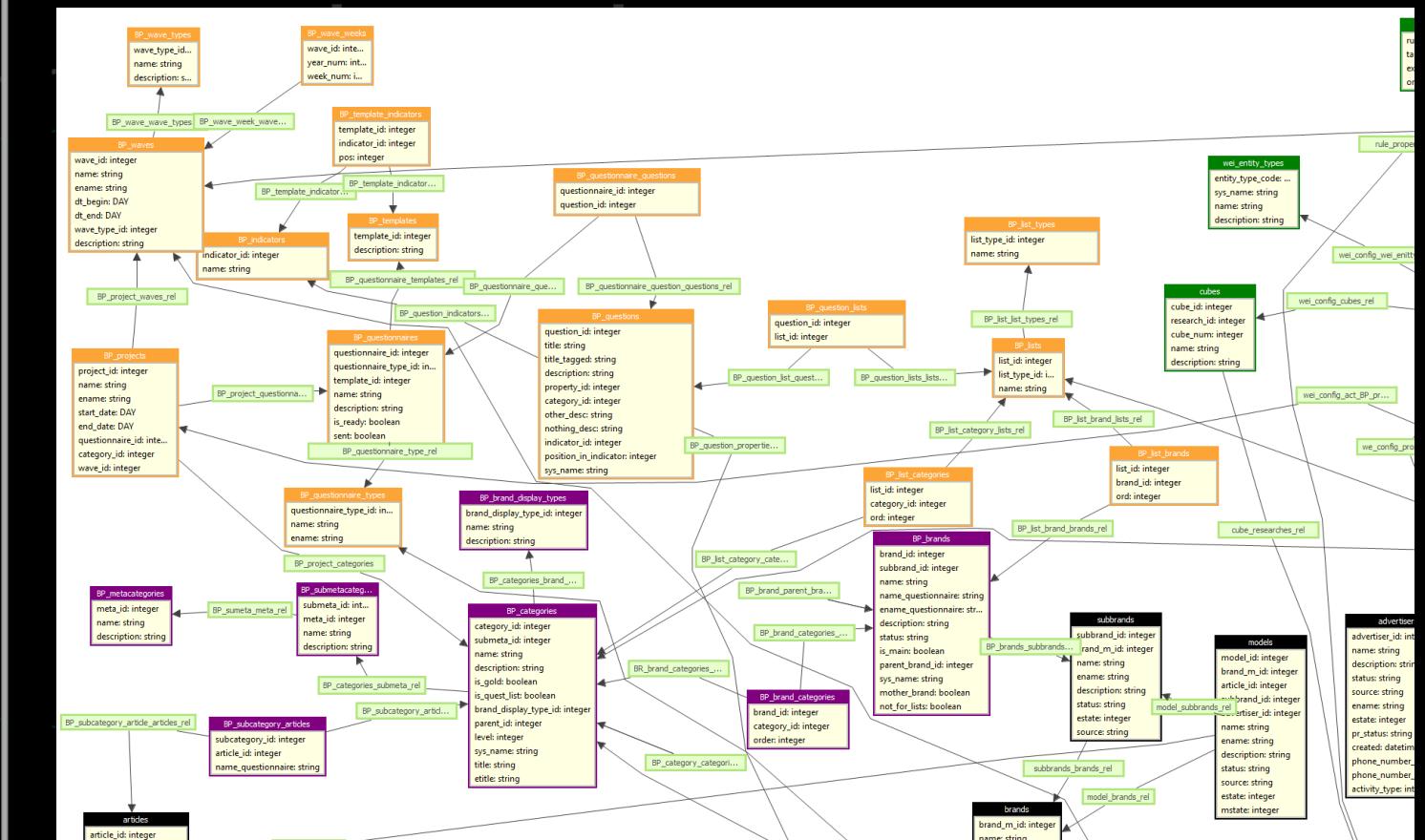
	Логотипы с подписями
1	Список брендов из CHB3

Покупка, МОВ (multiple)

ПР: Показываем бренды, которые знают (по CHB3). Один бренд = один экран. Ротация брендов.
Вариант ответа без ротации, один ответ.

Новый формат анкет

- Реляционная модель
 - Система словарей и справочников
 - Json вместо Word
 - API вместо email



#MEDIASCOPECONF

Новый формат анкет

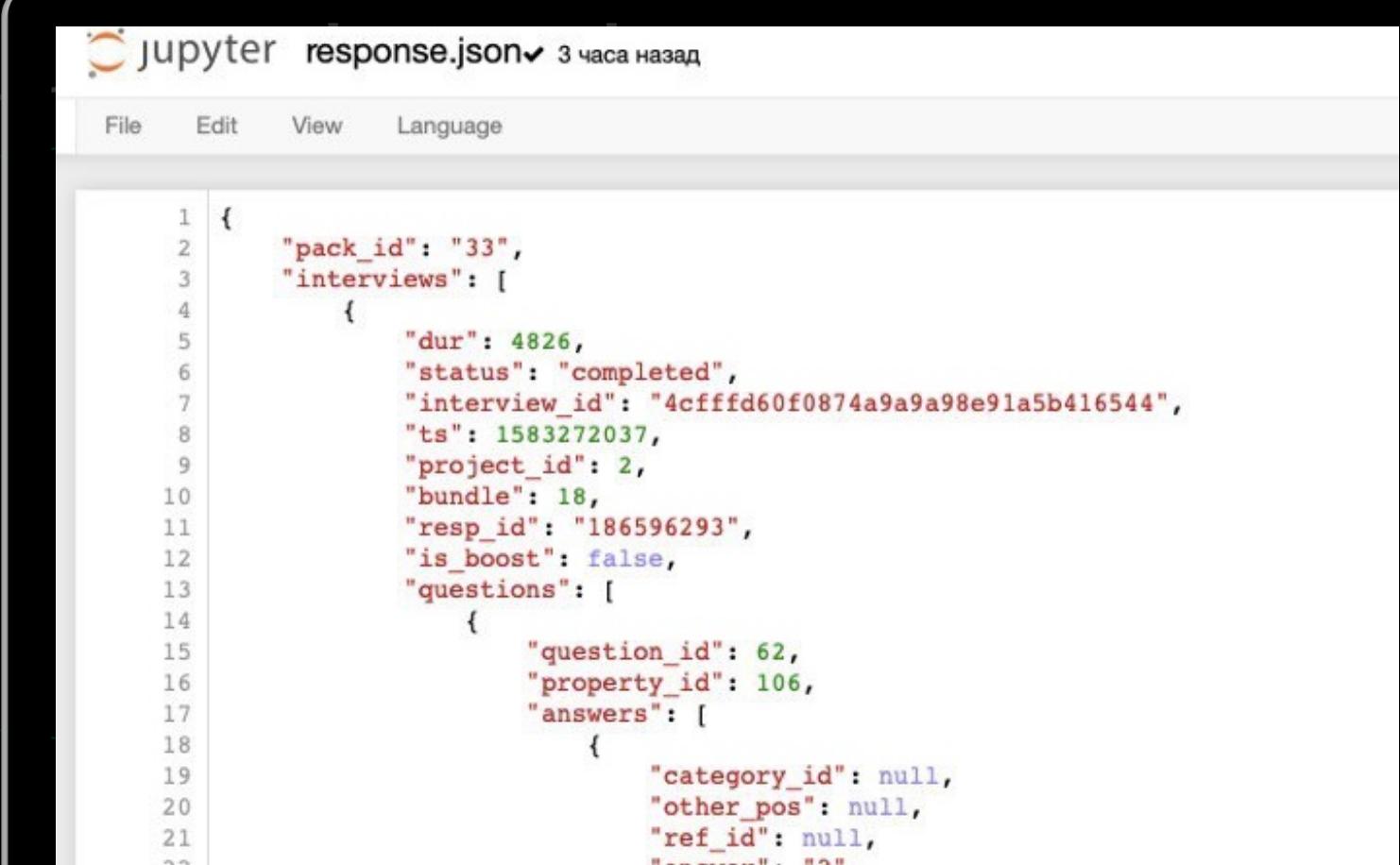
- Реляционная модель
- Система словарей и справочников
- Json вместо Word
- API вместо email

The screenshot shows the Ataccama ONE RDM (Relational Data Model) interface. On the left, there's a sidebar with navigation links like 'Categories', 'Tables', 'Views', 'Data sets', and 'Hierarchies'. The main area displays a report titled 'BP_отчет Анкеты со свойствами'. The report table has columns: title, quest_id, category_name, inx, prop_id, indicator_name, property_id, property_name, and property_start. The data in the table includes various survey questions about chocolate consumption and preferences, categorized by 'Шоколадные плитки'.

title	quest_id	category_name	inx	prop_id	indicator_name	property_id	property_name	property_start
Как часто Вы лично ели шоколад в плитках за последние 6 месяцев?	10063	Шоколадные плитки	48	BHT_объем	410	Частота потребления	FREQUE4_	
Как часто Вы лично ели шоколад в плитках за последние 6 месяцев?	10063	Шоколадные плитки	48	BHT_объем	410	Частота потребления	FREQUE4_	
Какие марки шоколада в плитках Вы знаете? Напишите	10063	Шоколадные плитки	27	Спонтанное знание	310	Спонтанное знание	SA_	
Рекламу каких марок шоколада в плитках Вы видели и слышали?	10063	Шоколадные плитки	28	Спонтанное знание рекламы	320	Спонтанное знание рекламы	SAA_	
Какие марки шоколада в плитках Вы знаете хотя бы по слухам?	10063	Шоколадные плитки	24	Подсказанное знание	270	Подсказанное знание	AIDED_AW_	
Какие марки шоколада в плитках Вы знаете хотя бы по слухам?	10063	Шоколадные плитки	24	Подсказанное знание	270	Подсказанное знание	AIDED_AW_	
Какой шоколад в плитках Вы ели за последние 6 месяцев?	10063	Шоколадные плитки	26	Потребление и МОВ	290	Потребление и МОВ	CONS_MOB	
Какой шоколад в плитках Вы ели за последние 6 месяцев?	10063	Шоколадные плитки	26	Потребление и МОВ	290	Потребление и МОВ	CONS_MOB	
Какой шоколад в плитках Вы купите в следующий раз?	10063	Шоколадные плитки	15	Намерение купить/воспользоваться	180	Намерение купить	INT_TOBUY	
Какой шоколад в плитках Вы купите в следующий раз?	10063	Шоколадные плитки	15	Намерение купить/воспользоваться	180	Намерение купить	INT_TOBUY	
Учитывая Ваш опыт, насколько Вы готовы порекомендовать шоколад в плитках?	10063	Шоколадные плитки	5	Готовность рекомендовать	70	Готовность рекомендовать	WILL_TO_R	
Учитывая Ваш опыт, насколько Вы готовы порекомендовать шоколад в плитках?	10063	Шоколадные плитки	5	Готовность рекомендовать	70	Готовность рекомендовать	WILL_TO_R	
Учитывая Ваш опыт, насколько Вы готовы порекомендовать шоколад в плитках?	10063	Шоколадные плитки	5	Готовность рекомендовать	70	Готовность рекомендовать	WILL_TO_R	
Учитывая Ваш опыт, насколько Вы готовы порекомендовать шоколад в плитках?	10063	Шоколадные плитки	5	Готовность рекомендовать	70	Готовность рекомендовать	WILL_TO_R	

Новый формат анкет

- Реляционная модель
- Система словарей и справочников
- Json вместо Word
- API вместо email



The screenshot shows a Jupyter Notebook interface with a file named "response.json" open. The notebook has a header with "File", "Edit", "View", and "Language" tabs. The code block displays a JSON object with the following structure:

```
1 {  
2     "pack_id": "33",  
3     "interviews": [  
4         {  
5             "dur": 4826,  
6             "status": "completed",  
7             "interview_id": "4cfffd60f0874a9a9a98e91a5b416544",  
8             "ts": 1583272037,  
9             "project_id": 2,  
10            "bundle": 18,  
11            "resp_id": "186596293",  
12            "is_boost": false,  
13            "questions": [  
14                {  
15                    "question_id": 62,  
16                    "property_id": 106,  
17                    "answers": [  
18                        {  
19                            "category_id": null,  
20                            "other_pos": null,  
21                            "ref_id": null,  
22                            "answer": "2"  
23                }  
24            }  
25        }  
26    }  
27}
```

Каталог логотипов

- Уникальные ID
- Единый формат
- Одно место хранения



Honda
width: 500, height: 375
BrandId: 2507



Hyundai

width: 500, height: 375
BrandId: 2553



Infiniti

width: 500, height: 375
BrandId: 2577



Kia
width: 500, height: 375
BrandId: 2634



Lada
width: 500, height: 375
BrandId: 2654



Lexus
width: 500, height: 375
BrandId: 2667



Mazda
width: 500, height: 375
BrandId: 2697



Mercedes-Benz
width: 500, height: 375
BrandId: 2723



Mini
width: 500, height: 375
BrandId: 2773



Mitsubishi
width: 500, height: 375
BrandId: 2783



Nissan
width: 500, height: 375
BrandId: 2818



Opel
width: 500, height: 375
BrandId: 2852



Peugeot
width: 500, height: 375
BrandId: 2909



Ravon
width: 500, height: 375
BrandId: 2950



Renault
width: 500, height: 375
BrandId: 2966



Skoda
width: 500, height: 375
BrandId: 3023



Subaru



Suzuki



Toyota



Volkswagen

Программинг

- Создание шаблонов анкет
- Автоматический программинг
- Автоматическое управление рассылкой

Анкеты

Поиск

По типу По категории По ID анкеты По названию анкеты

Статус выбрать все загружена готова к генерации сгенерен скрипт отправлена в од сгенерен скрипт с запретом перезагрузки засетаплена запущена
 готова к удалению

Сбросить фильтры

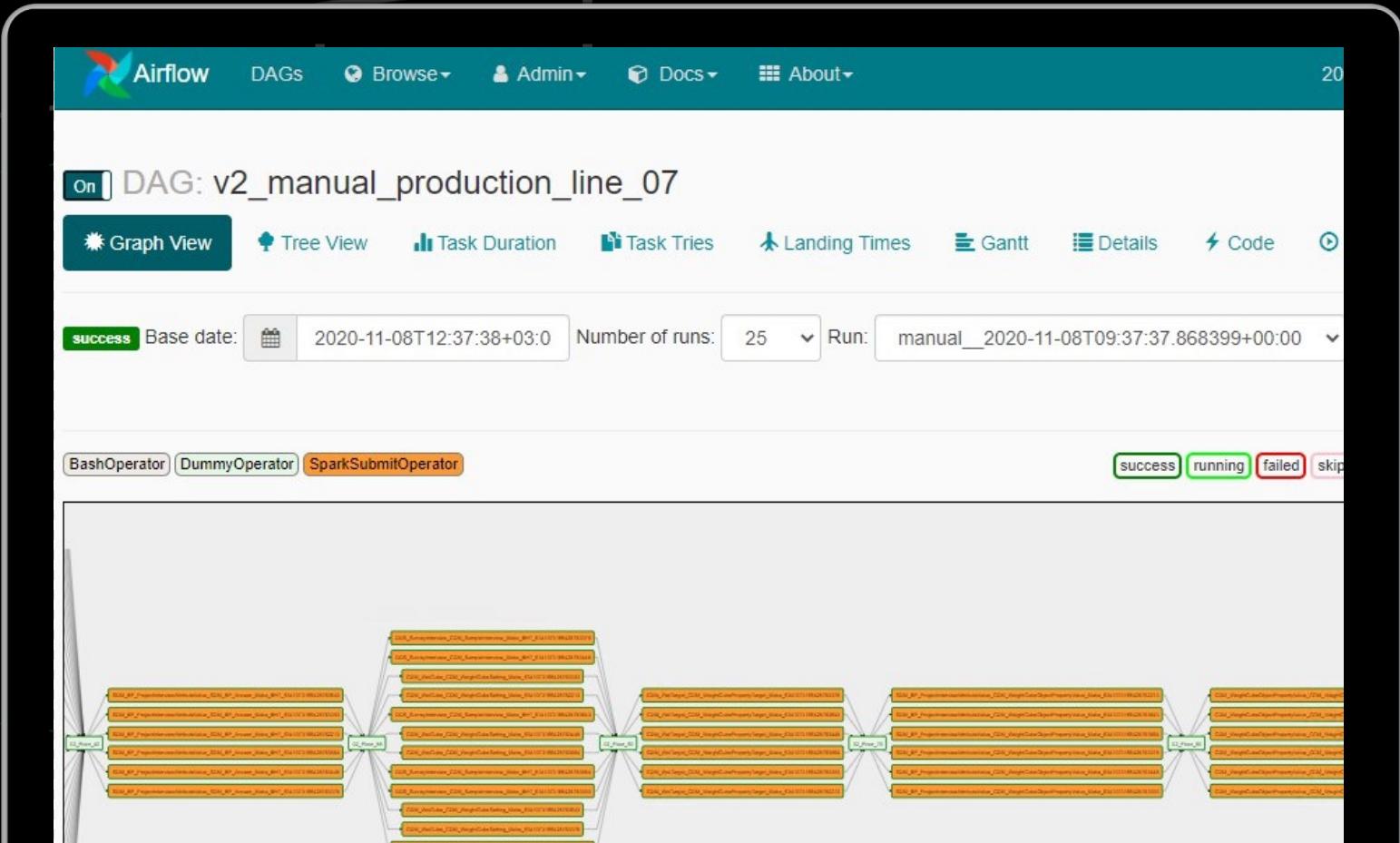
Новый статус --Выберите статус-- Сменить статус

Сгенерить скрипт Удалить анкеты

ID анкеты	Название	Изменен	Тип	ID шаблона	Шаблон	Статус			
109	BHT_Автозаправочные станции	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
94	BHT_Антисептики	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
77	BHT_Батарейки	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
90	BHT_Бритвенные станки и лезвия для мужчин	13.08.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
354	BHT_Бритвенные станки и лезвия для мужчин Q4	08.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
87	BHT_Гель для душа	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
49	BHT_Глазированные сырки	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
93	BHT_Глазные капли	13.08.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
352	BHT_Глазные капли Q4	08.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
167	BHT_Голосовые помощники	13.08.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
351	BHT_Голосовые помощники Q4	08.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
159	BHT_Губная помада	27.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
18	BHT_Густые йогурты	06.11.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
114	BHT_Денежные переводы	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
86	BHT_Кевательная резинка	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
50	BHT_Зефир и пастила	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			
88	BHT_Зубная паста	02.10.2020	ВН	1	BHT_моно категория	Отправлена в ОД			

Обработка данных

- Маппинг свойств
- Склейка анкет
- Создание пользовательских переменных
- Взвешивание



Витрина данных

Galileo

Tableau дашборд

DataLab

Brand Pulse 08.11.2020

Кросс-таблица

Население <2020 год> [Профиль 2020]

Целевая группа: Население <2020 год> [Профиль 2020]

Целевой вес: Население <2020 год> [Профиль 2020]

Размер: 100 953,351000 (32 175) = 100,000000%

Новый столбец Переменные Переменные

Новый слой

Total Возраст (6 интервалов) Размер населенного пункта

Большая Москва

	Total	12-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Total	12-17	18-24	18-24	
Умные котлы	Нет	Col %	93,6	89,0	91,5	93,8	93,1	94,8	95,5	87,0	80,5	82,7
Умные	Планирую	Col %	8,2	7,1	9,5	10,4	9,6	7,8	4,4	13,9	8,5	15,8
колонки	Не планирую	Col %	91,8	92,9	90,5	89,6	90,4	92,2	95,6	86,1	91,5	84,2
кухонные плиты	Есть	Col %	93,0	86,4	89,7	91,6	93,9	94,7	96,3	94,5	86,3	93,0
электрические кухонные плиты	Есть	Col %	35,2	36,9	39,9	37,1	35,7	32,3	32,1	48,0	49,0	51,4
газовые кухонные плиты	Есть	Col %	56,9	53,2	51,6	53,9	56,9	61,3	60,6	48,9	42,6	47,9
комбинированные кухонные плиты	Есть	Col %	10,5	10,8	12,6	9,4	9,9	9,7	11,7	10,9	13,7	10,6
стиральные машины	Есть	Col %	88,2	78,1	81,8	88,5	90,1	90,7	90,8	89,5	79,5	85,9
посудомоечные машины	Есть	Col %	87,5	76,3	80,6	87,9	89,4	90,1	90,6	88,5	77,1	84,9
сушильные машины	Есть	Col %	8,5	13,1	13,2	8,6	7,6	7,0	6,3	14,1	15,3	24,6
подиумники	Есть	Col %	88,4	76,1	80,4	87,3	90,0	91,7	93,8	89,3	75,5	83,1
розильные камеры	Есть	Col %	35,1	46,4	42,5	27,8	31,2	34,8	39,3	38,2	45,1	49,3
Посудомоечные машины	Есть	Col %	16,1	17,8	15,6	13,8	18,1	16,4	15,6	31,3	29,2	32,7

Новая строка Переменные Статистики

Revert Refresh Pause

* View: Original Alerts Metrics Edit Share Download Comments Full Screen

Просчитано

График (col%)

Поп-5 брендов

Выбор КР бренда Спонтанное знание Период отображения блока динамики Выбор категории Густые йолурты

1 Danone

2 Чудо

3 Активика / Danone

4 Даниссимо / Фантазия / Danone

5 Еріса

Волна 4 Апреля'20

Выбор бренда Bio Баланс

Поп (All)

BP_support/check...

HBase: Project

Поставляемый проект Профиля: MIDAS без Boost, ANSWER, WEIGHT

project_id	PID	MIDAS_INT	MIDAS_ANSWER
2	54763820327493566	32175	49869037
	12		

Task 3 min 33 sec. Last updated by oleya.asterina at November 07 2020 7:36:19 PM.

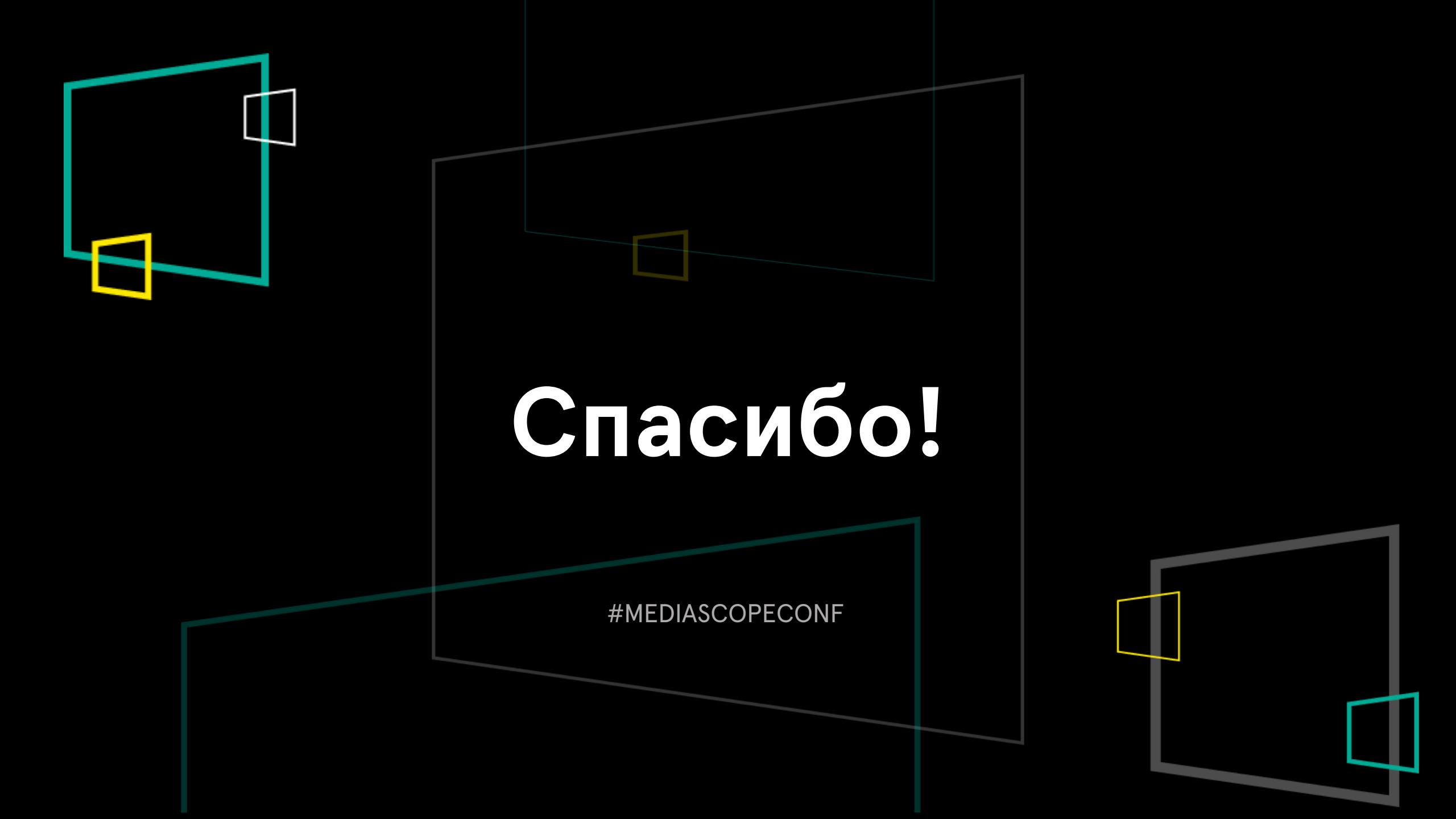
Все проекты ВНТ: MIDAS, ANSWER, WEIGHT

project_id	SProjID	name
-2	_11826840127031616	Профи Синтетика
1	_40818762729987328	ВНТ_Мороженое 2 квартал'20
3	_23367314172980160	null
4	_5476382032749357058	ВНТ Шампуни, бальзамы и другие средства по уходу за волосами Апрель'20
5	_5476382032749357007	ВНТ Легковые автомобили Апрель'20

#MEDIASCOPECONF

Зачем это нужно?

- Масштабы, скорость, унификация
- Качество данных, поставки без ошибок
- Новая система поставки данных



Спасибо!

#MEDIASCOPECONF