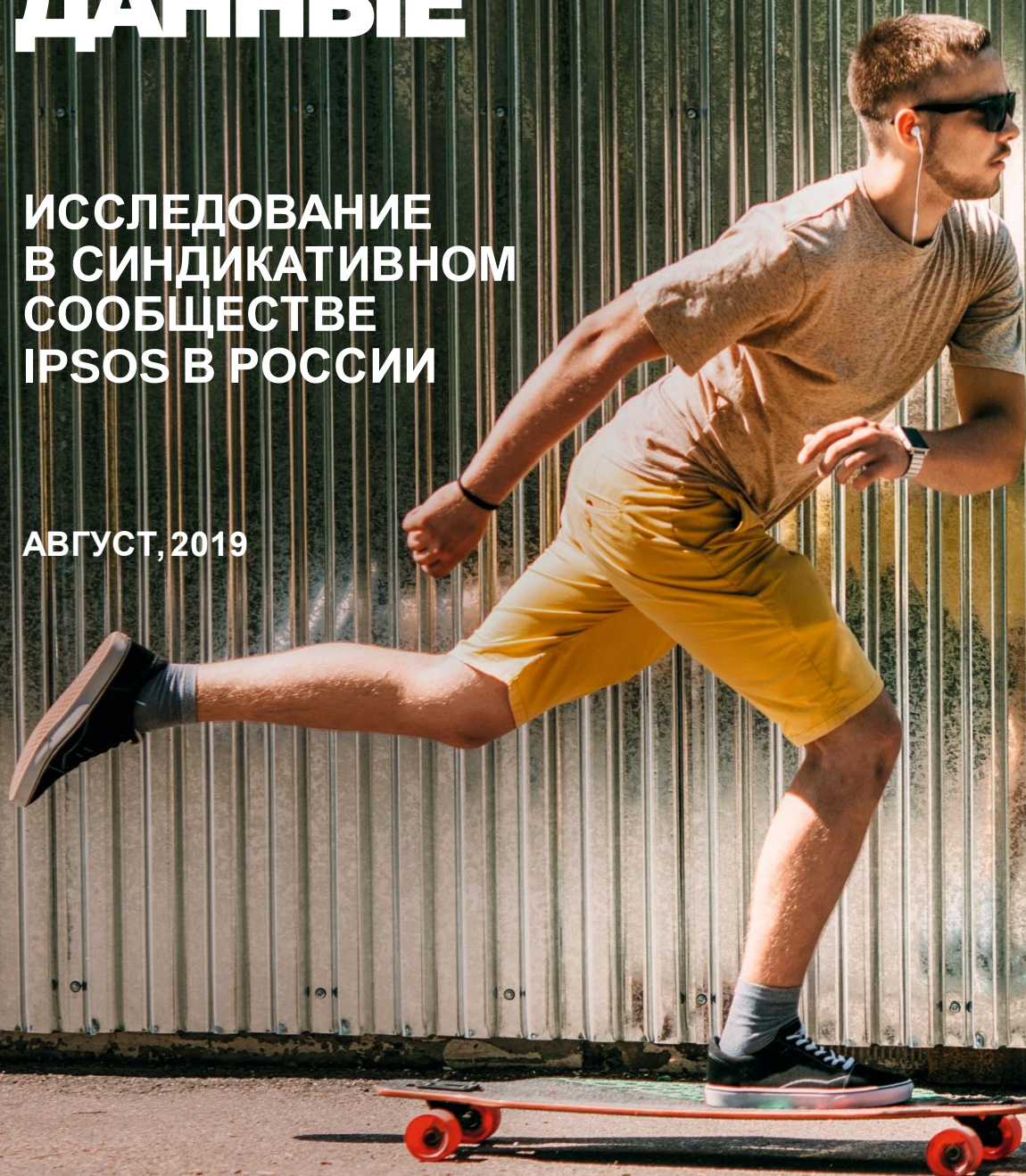




ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ
СООБЩЕСТВЕ
IPSOS В РОССИИ

АВГУСТ, 2019



GAME CHANGERS





КАК ОТНОСЯТСЯ К СВОИМ ПЕРСОНАЛЬНЫМ ДАННЫМ?

Необходимость предоставления все большего количества личной информации приводит к **увеличению страхов и рисков** в отношении ее передачи и защиты. Мы решили выяснить: **насколько российская аудитория готова делиться своими персональными данными**, и есть ли ограничения в предоставлении этих данных.



- 1** Что потребители **понимают под термином «персональные данные»**?
- 2** Что **именно вызывает опасения**, когда просят предоставить персональные данные?
- 3** Какие **выгоды** видят в предоставлении персональных данных?
- 4** Как сфера деятельности компании **влияет на готовность клиентов делиться своими данными**?



В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ, КАК ОБЕСПЕЧИТЬ СВОЕЙ КОМПАНИИ РЕПУТАЦИЮ НАДЕЖНОГО ПАРТНЕРА, СПОСОБНОГО ГАРАНТИРОВАТЬ БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ КЛИЕНТОВ

1 ВОСПРИЯТИЕ ТЕМЫ 'ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ'

- ▶ Какие сведения относятся к персональным данным
- ▶ Что представляет из себя защита персональных данных на сегодняшний день, как распределяется ответственность

2 ВОЗМОЖНЫЕ ЗОНЫ РИСКА

- ▶ Случаи распространения личных сведений без ведома владельца
- ▶ Бенефиты получателей и владельцев данных
- ▶ Барьеры к предоставлению данных организациям / компаниям

3 ФАКТОРЫ ДОВЕРИЯ

- ▶ Границы данных, которыми человек готов делиться
- ▶ Наиболее убедительные гарантии конфиденциальности предоставляемых данных

4 ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

- ▶ Видение потребителями будущего персональных данных. Возможные модели развития:
 - ▶ Положительные ожидания
 - ▶ Опасения и страхи



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА 60 ТЫС РУБ БЕЗ НДС





ЧТО ВЫЗЫВАЕТ ОПАСЕНИЯ?



НЕ ОСТАЕТСЯ НИЧЕГО ЛИЧНОГО



Все больше данных оказываются в открытом доступе. Благодаря соцсетям и единым базам данных личная информация становится общественно доступной

Tension:

Проблема «цифрового следа» и страх тотального контроля над личностью

В открытости личных данных не может быть ничего хорошего. Под контроль "большого брата" попадают обычные люди - ими становится проще управлять и манипулировать, решать за них, что им надо покупать, куда ездить и т.д. и т.п.(((»
(ж, Москва, 45)



МОШЕННИЧЕСТВО



Передавая свои данные **нельзя быть уверенным**, что ими никто не воспользуется

Tension:

Покупатель задумывается кому и для чего он передает информацию; сомнения в защищенности данных отталкивают от покупки

Недавно я покупала купоны на купонном сайте, и там требовали ввести почти все мои паспортные данные, данные с карты, в т.ч. трехзначный код. Меня это насторожило, и я отказалась от покупки. При этом я чувствовала себя как одуроченный загнанный в угол зверь, я испугалась что мои данные попадут не в те руки.
(ж, Москва, 34)



УВЕЛИЧЕНИЕ ПОТОКА РЕКЛАМЫ И СПАМА



Таргетированная реклама и предложения – не только источник раздражения и недовольства, но и признак утечки данных

Tension:

Что происходит с моими данными и кто еще имеет к ним доступ?

Когда берешь кредит, в конечном счете эта информация будет не только у этого банка, где берешь кредит, но и у других. Интересно, там у них общая база что ли? Отношусь к этому отрицательно. Беспокойство не вызывают, но напрягают с сообщениями и звонками. И конечно, - это разглашение ПД
(ж, Новосибирск, 31)



ДОВЕРИЕ НУЖНО ЗАСЛУЖИТЬ

Уровень доверия к компании зависит от предыдущего опыта предоставления ПД организациям данной сферы.

Обоснованность списка запрашиваемых данных, а также **наличие гарантий конфиденциальности** становятся одними из решающих **факторов осуществления покупки/** использования услуг той или иной компании / организации.



ГОСУДАРСТВО И ВИЗОВЫЕ ЦЕНТРЫ

Являются лидерами в вопросе доверия передачи гражданами своих персональных данных

ПРИЧИНЫ

- Действуют строго в рамках закона
- Ассоциируются с надежной защитой баз данных
- Обоснованность запрашиваемых сведений (для подтверждения личности)
- Превалирование личной выгоды от получения услуги



Про медицинские и образовательные государственные организации ничего плохого сказать не могу, инцидентов не было (ж, Владимир, 25)

Здесь я безоговорочно доверяю! Мы же не в Эквадоре живем (м, Москва, 35)

КОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Отмечается общее разочарование потребителей защитой ПД, предоставляемой мобильными операторами, банковскими и страховыми организациями

ПРИЧИНЫ

- ПД клиента (ФИО, контакты, история запросов) становятся доступными третьим лицам / другим компаниям
- Навязчивый рекламный контент от компаний – конкурентов (особенно раздражают телефонные звонки)



Серьезные коммерческие структуры, но уровень доверия к ним подорван, так как базы клиентов передаются в отделы продаж и начинаются бесконечные звонки с предложениями кредитов (м, Москва, 26)



О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных российских городов.



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30-40 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2019 ГОДУ

- ▶ Бодипозитив
- ▶ Близость к брендам
- ▶ Русские корни в брендах
- ▶ Восприятие маскулинности
- ▶ Поколение Z
- ▶ Маркеры органических продуктов
- ▶ Персональные данные
- ▶ Sharing-экономика
- ▶ Родительство
- ▶ Путешествия
- ▶ Технологические вызовы
- ▶ Паттерны экономии
- ▶ Восприятие вопроса переработки мусора

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 5 отчетов	Опция 3 12 отчетов
60 000 руб.	250 000 руб	600 000 руб

- ▶ MS PowerPoint объемом д1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2019
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчет (summary в формате объемом до 15 слайдов)

Ad Hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Тема по запросу

от 160 000 Руб.

Сроки

1 неделя от брифа до отчета

Области применения:

- ▶ Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- ▶ Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- ▶ Предварительный этап для другого исследования



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Pavel.Lebedev@ipsos.com

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Цены указаны без учета НДС (20%)