

ВОСПРИЯТИЕ «УМНЫХ» РЕШЕНИЙ ДЛЯ ДОМА

ИССЛЕДОВАНИЕ
В ИНИЦИАТИВНОМ СООБЩЕСТВЕ
IPSOS в России

МАЙ, 2020



«УМНЫЙ» ДОМ ГЛАЗАМИ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

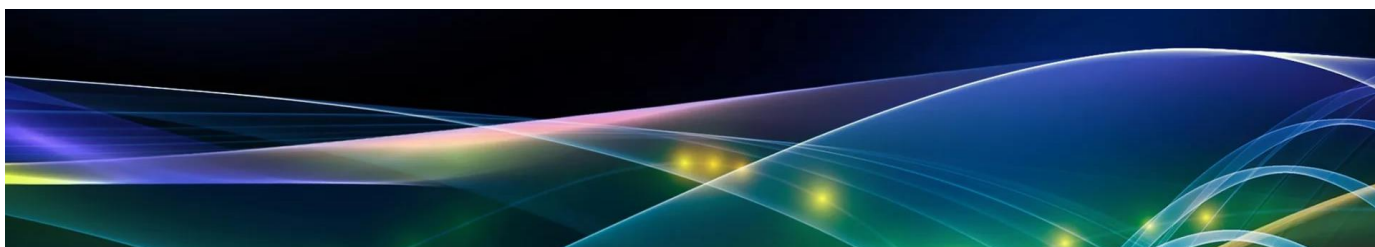
Будущее уже стало настоящим? В фокусе этого исследования – отношение к технологиям и устройствам «умного» дома



- 1** Что знают потребители об «умных» домах?
- 2** Насколько привлекательна идея «умного» дома сегодня?
- 3** Какие есть страхи и опасения в отношении «умных» технологий?
- 4** Какие «умные» системы и устройства считаются самыми привлекательными для приобретения и использования?



В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ОТЧЕТА ВЫ УЗНАЕТЕ О ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ «УМНЫХ» ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ДОМА



1 «УМНЫЕ ВЕЩИ»: ВОСПРИЯТИЕ КАТЕГОРИИ

- ▶ Мифы, убеждения и ожидания от категории «умных» вещей
- ▶ Осведомленность о брендах
- ▶ Привлекательность отдельных «умных» технологий

2 АКТУАЛЬНОСТЬ ДЛЯ МАССОВОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ▶ Мотивации, драйверы и барьеры к использованию технологий «умного» дома
- ▶ Преимущества и недостатки, возможности и ограничения «умных» технологий для дома
- ▶ Возможные тенденции и пути развития «умных» технологий



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ. СТОИМОСТЬ ОТЧЁТА 210 ТЫС РУБ БЕЗ НДС





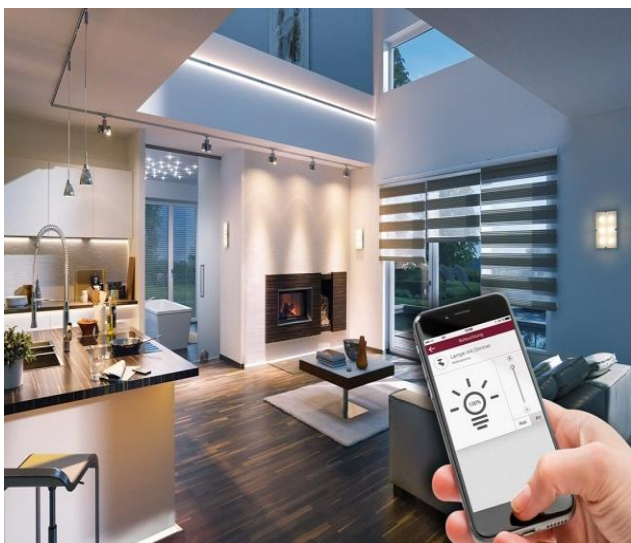
ОТ ФАНТАЗИЙ И ОБОСОБЛЕННЫХ «УМНЫХ» ТЕХНОЛОГИЙ К УМНЫМ ЭКОСИСТЕМАМ

ПРОШЛОЕ

- Высокотехнологичные дома будущего с «умной» техникой встречались только в sci-fi фильмах и книгах.



Раньше это все казалось чем-то нереальным. Была куча фильмов и книг, где описывались разные умные приборы, живущие своей жизнью, а потом это все как-то заметно стало частью нашей жизни



НАСТОЯЩЕЕ

- Отдельные технологии «умного» дома постепенно вошли в наш быт. Такие базовые элементы «умных» домов, как, например, «умные» мультиварки и чайники, дистанционно управляемые системы видеонаблюдения, сплит-системы, мультимедийное оборудование, теплый пол и другие технологии - больше не воспринимаются как что-то особенное и удивительное.



Я использую отложенный старт на бытовой технике, это тоже умное решение, чтоб каша была сварена утром, белье выстиралось к определенному времени, за несколько часов до подъема запустилась посудомойка, могу управлять чайником. Листаешь ленту соцсетей в кровати - чайник уже вскипел.

БУДУЩЕЕ

- Потребители видят будущее за формированием «умных» экосистем. Ожидается, что умение дома «думать» и без участия человека управлять всеми системами по определённым параметрам позволит оптимизировать потребление, экономить ресурсы, сделает жизнь намного комфортнее и эффективнее.



Будущее за умными городами, которые сами смогут оптимизировать потребление ресурсов и сделают нашу жизнь намного комфортнее, безопаснее и эффективнее



ПОЧЕМУ «УМНЫЕ» ТЕХНОЛОГИИ СРЕДИТЕЛЬНО НАБИРАЮТ ПОПУЛЯРНОСТЬ? ОТВЕТ— В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ

О ПРОЕКТЕ

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



МЕТОДОЛОГИЯ: качественное исследование
КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ: 30-40 респондентов

ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2020 ГОДУ

- ▶ Геймификация в маркетинге
- ▶ Китайские автомобили
- ▶ Суперфуды и модные ингредиенты глазами массового потребителя
- ▶ Экосистемы, умный дом и интернет вещей
- ▶ Экономия времени: лайфхаки и паттерны
- ▶ Киберспорт
- ▶ Вовлечённость в спортивные мероприятия и отношение к спонсорству
- ▶ Будущее онлайн-торговли и "каменных магазинов"
- ▶ Mental health
- ▶ Красота, женственность, сексуальность
- ▶ Новогодние подарки: что, кому и зачем
- ▶ Предновогодние мечты

ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1 1 отчет	Опция 2 6 отчетов	Опция 3 12 отчетов
210 000 руб.	980 000 руб.	1 890 000 руб.

- ▶ 1 дискуссия в 3 недели: ~12 тем в 2020
- ▶ В конце каждой 3 недели предоставляется отчёт (summary в формате объемом до 15-20 слайдов)

Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

Области применения:

Тема по запросу
от 240 000 руб.

Сроки
1 неделя от брифа до отчета

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



СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ

Ekaterina.Kotova@ipsos.com

Цены указаны без учёта НДС (20%)