

ВЗГЛЯД В

БУДУЩЕЕ

Как подготовиться к новой реальности

05/25/2020

© 2020 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.



Общая информация и Содержание

Цели и задачи

03

Наша цель помочь понять какой будет новая реальность — мы строим сценарии развития вашей индустрии и готовим ответы на эти сценарии — конкретные действия и шаги, которые нужно реализовать для того, чтобы быть готовым к различным вариантам развития будущего

Подход

04

- 1) Мета-анализ прошлых и нынешнего кризиса и опыта других стран по выходу из коронакризиса для оценки его влияния на потребителей, бизнес и бренды
- 2) Форсайт сессия для разработки сценариев адаптации к новой реальности: стратегии взаимодействия с потребителями, фокусировка на категориях и брендах

Тайминг и бюджет 12

Мета-анализ + презентация:
540 000 р. без НДС

**Мета-анализ + активационная
Форсайт сессия:**
15 рабочих дней
980 000 р. без НДС

Почему Ipsos

15

Ipsos обладает обширной базой знаний, которая позволяет нам извлечь уроки из прошлого опыта и опыта других стран. Вместо того, чтобы проводить еще одно исследование мы предлагаем получить максимум из данных, которые уже доступны и сфокусироваться на их активации для разработки будущей стратегии

Контакты

17

 **Ольга Хрущева**
Руководитель MSU
Olga.Hrushcheva@ipsos.com

 **Анна Башкирова**
Руководитель UU
Anna.Bashkirova@ipsos.com

Жизнь после Covid-19

Covid-19 оказал сильнейшее влияние на мировую экономику, поведение людей, по новому расставил приоритеты, стал толчком к формированию новых привычек. Наше исследование отвечает на вопрос - какой будет новая реальность и как подготовиться к ней сегодня.

ЗАДАЧА

01.

Проанализировать как ведут себя различные категории в условиях кризиса, что является ключевыми угрозами и драйверами восстановления.

ЗАДАЧА

02.

Определить какие новые потребности, привычки и ритуалы набирают популярность.

ЗАДАЧА

03.

Разработать сценарии выхода из кризиса с фокусом на ваши категории и бренды



Кризис, спровоцированный Covid-19 не первый, но безусловно, самый масштабный. Его изучению посвящено множество исследований и публикаций. Мы предлагаем сфокусироваться на активации данных, исходя из полученного ранее опыта



Наш подход

1

МЕТА-АНАЛИЗ прошлых кризисов и их влияния на ваши категории, особенностей текущего коронакризиса и вызываемых им изменений в поведении потребителей, а также опыта других стран по выходу из коронакризиса позволит спрогнозировать то, как он отразится на вашей индустрии и брендах

2

FORESIGHT СЕССИЯ совместно с вашей командой мы разработаем сценарии адаптации к новой реальности: стратегии взаимодействия с потребителями, активации, направленные на поддержание ваших категорий и брендов

Мета-анализ трендов, уроков прошлых кризисов и опыта других стран

Уроки кризисов

Углубленный анализ исторических данных трех кризисов из исследований Ipsos Новая реальность, РосИндекс и Consumer Confidence Index с наложением макро-экономических и демографических показателей для построения прогностической модели

Сегментация категорий по динамике входа и выхода из экономического кризиса и сегментация людей по отношению к кризису и реакции на него

Что на выходе?

Мы имеем доступ к большому объему данных о COVID-19, поведении потребителей в кризис и возможных сценариях восстановления категорий. Проанализировав эти источники, мы даем наиболее полную картину текущей ситуации и будущих сценариев для различных категорий товаров и услуг.

Новые тренды

Разработка сценариев, учитывающих особенности текущего кризиса (эпидемиологическую обстановку, этапность в снятии ограничений) и опыт других стран по восстановлению после COVID-19

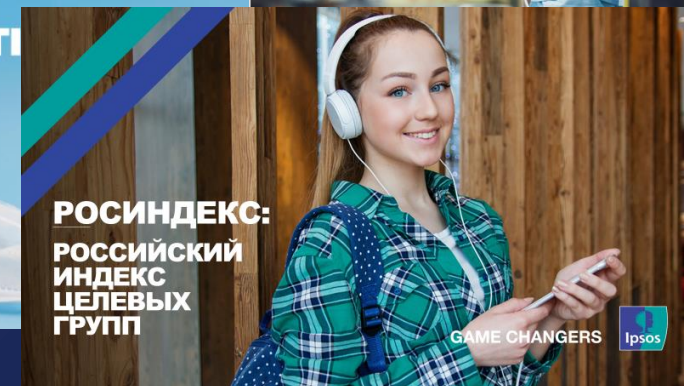
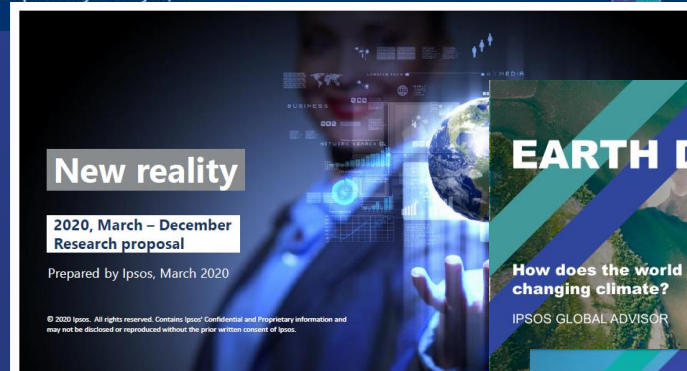
Прогнозирование актуальности ценностей и 12 глобальных трендов на этапе формирования новой реальности из исследования Ipsos Global Trends

Выявление новых потребностей и устойчивых паттернов поведения, влияющих на потребление категорий из Adapt! Emergency Monitoring

Мета-анализ

Мета-анализ Ipsos - Управление знаниями

Мы анализируем доступные исследования и специализированные источники, чтобы превратить массив разрозненных данных в действенные рекомендации, которые помогут уже сегодня подготовиться к завтрашнему дню.



Мета-анализ Ipsos – Содержание и структура отчета (1/2)

Обучающий эффект кризисов

Кризис провоцирует выход на жизненные стратегии, коммерческие идеи и культурные «всплески».

С каждым новым кризисом люди обучаются новым паттернам поведения, отката к докризисному уровню не происходит.

Новая реальность – короткие перерывы между кризисами и надо готовиться к новому экономическому или эпидемиологическому кризису.

Связь кризиса и ценностей

Экономические и эпидемиологические кризисы не меняют ценностной системы координат, в отличие от кризисов социокультурных, сметающих предыдущие ценности (например, 1991 год). Меняются способы выражения ценностей, многократно усиливается роль той или иной ценности или зарождаются новые ценности.

Анализ роли и актуальности 12ти ценностных трендов на этапе формирования новой реальности из исследования Ipsos Global Trends.

Уроки экономических кризисов

Описание «базового сценария» столкновения с экономическим кризисом на основе прогностической модели, опирающейся на анализ данных из Новой реальности, Consumer Confidence Index, макро-экономические и демографические показатели.

Описание сегментации категорий по динамике входа и выхода из кризиса и сегментации людей по отношению к кризису и реакции на него.

Анализ сроков и особенностей выхода из экономического кризиса для различных категорий.

Мета-анализ Ipsos – Содержание и структура отчета (2/2)

Особенности коронакризиса

Особенности текущего кризиса, которые нужно принять во внимание, чтобы скорректировать базовый сценарий:

- текущая и ожидаемая эпидемиологическая обстановка
- вероятность повторной вспышки
- этапность в снятии ограничений
- быстрота возврата на рабочие места
- опыт других стран по выходу из кризиса

Новые потребности, привычки и ритуалы

Еще одна коррекция базового сценария, которую нужно учесть - формирующиеся новые потребности, привычки, паттерны поведения и ритуалы, часть из которых останется с нами и после выхода из кризиса.

Выявление новых потребностей, установок, страхов и устойчивых паттернов поведения, влияющих на различные индустрии из Adapt! Emergency Monitoring.

Уроки на будущее

Что делали бренды в прошлые кризисы – примеры успеха и неуспеха.

Возможные ответы брендов, потенциальные шаги в разбивке на разные сектора / индустрии. Примеры из России, Китая и других стран.



Форсайт сессия

Разработка плана адаптации к новой реальности и формирования возможных стратегий

Плотное сотрудничество с командой

Фокус на ваших категориях и брендах
Адаптация стратегии к ключевым бизнес задачам и ответы на вопросы, стоящие перед бизнесом

Кастомизация данных

Определение влияния кризиса на конкретные группы потребителей
Выявление возможностей и угроз для конкретной категории
Разработка плана для брендов клиента

Что на выходе?

Детальный план действий для разных сценариев развития ситуации по ключевым маркетинговым параметрам:

- People – что происходит с потребителем
- Product – приоритетные бренды, ассортимент, инновации, ключевые продуктовые атрибуты и бенефиты
- Price – ценовая политика, скидки, программы лояльности
- Place – каналы дистрибуции
- Promotion – коммуникация (сообщение и каналы)

Как мы строим будущую стратегию



Stakeholder интервью

Определение актуальных бизнес задач, текущей стратегии и внутреннего видения изменений



Адаптация данных

Кристаллизация данных по категории, анализ дополнительных источников в случае «пробелов» в знаниях (в том числе источников предоставленных клиентом – отчетов и публикаций, позволяющих лучше понять проблематику бизнеса и конкретных брендов)



Разработка плана действий

Построение карты будущего и возможных сценариев с проработкой детального плана действий для ваших брендов

Форсайт — это совместное проектирование будущего вашей командой и группой экспертов Ipsos. Мы объединяемся, чтобы дать оценки трендов, спрогнозировать манифестации этих трендов в будущем и создать сценарии будущего.



День 1

Мы анализируем драйверы изменений, ранжируем их по вероятности и значимости

Создаем карту будущего с возможными сценариями

День 2

Прорабатываем каждый сценарий

Составляем план действий из конкретных шагов и определяем приоритеты.

Бюджет



Подход Minimum:

Мета-анализ + презентация

Бюджет 540 000 рублей*



Подход Optimum:

Мета-анализ + активационная Форсайт сессия

Бюджет 980 000 рублей*

*Цены указаны без НДС



Тайминг

Сроки в рабочих днях

Подтверждение проекта	1 день
Stake holder интервью и адаптация отчета	7 дней
Форсайт сессия	2 дня
Финальный отчет	5 дней
ВСЕГО	15 дней

В стоимость проекта входит



Мета-анализ кризисов и трендов
(полный отчет)



Адаптация материала под ваши
бизнес задачи



Разработка шаблонов для групповой
работы



Двухдневный виртуальный воркшоп
для вашей команды (до 30 человек)
и экспертами Ipsos



Часть работы проводится в общей группе,
часть в отдельных подгруппах.

Работа каждой подгруппы координируется
модератором Ipsos.



ПОЧЕМУ IPSOS

Ipsos обладает обширной базой знаний, которая позволяет нам извлечь уроки из прошлого опыта и опыта других стран. Вместо того, чтобы проводить еще одно исследование мы предлагаем получить максимум из данных, которые уже доступны и сфокусироваться на их активации для разработки будущей стратегии.

Мы уверены, что знания дают силу и позволяют встретить будущее во всеоружии. И мы готовы дать уверенность в завтрашнем дне и нашим клиентам.

Мы верим, что для активации знаний нужен четкий и продуманный план и будем рады поделиться нашей экспертизой и стать вашим партнером в планировании будущего.

Ваша команда Ipsos



BE SURE. MOVE FASTER.

It's always better to be proactive than reactive. At Ipsos, we know the more you know, the sooner you can get ahead.

www.ipsos.com

GAME CHANGERS Ipsos

Instagram Twitter Facebook YouTube

БУДЕМ РАДЫ ОБСУДИТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!



Ольга Хрущева

Руководитель MSU



olga.hrushcheva@ipsos.com



+7 966 161 36 39



Анна Башкирова

Руководитель UU



Anna.Bashkirova@ipsos.com



+7 926 537 12 64

О группе Ipsos

Ipsos – третий по величине игрок на мировом рынке маркетинговых исследований. Компания имеет офисы в 90 странах, в которых работают 18,000 сотрудников. В российском офисе Ipsos работает 500 сотрудников.

Исследователи, аналитики и ученые Ipsos создали уникальные инструменты, которые дают истинное понимание поведения, мнений и мотиваций людей как граждан, потребителей, пациентов, клиентов и сотрудников. Мы помогаем найти мощные инсайты для бизнеса. Ipsos сегодня – это 75 бизнес-решений и 5000 клиентов по всему миру.

Компания была основана в 1975 году во Франции. С 1-го июля 1999 акции Ipsos котируются на Парижской бирже Euronext. Компания входит в фондовый индекс SBF 120 и Mid-60, имеет право на Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com
www.ipsos.ru

Game Changers

В современном быстро меняющемся мире потребность в надежной информации для принятия уверенных решений стала актуальней, чем когда-либо.

Мы в Ipsos верим, что нашим клиентам нужен не просто поставщик данных, им нужен партнер, способный предоставить точную и релевантную информацию и извлечь из нее практически применимую суть.

Вот почему наши неутомимые любознательные эксперты не только проводят самые надежные исследования, но и готовят отчеты на их основе так, чтобы обеспечить истинное понимание общества, рынков и людей.

Для этого мы используем лучшие научные достижения, технологии и ноу-хау, применяя принципы 4S (security, simplicity, speed и substance) ко всему, что мы делаем.

Все это для того, чтобы наши клиенты могли действовать более быстро, более интеллектуально и более решительно. В конце концов, успех приходит, когда опираешься на принцип:

ТЫ ДЕЙСТВУЕШЬ ЛУЧШЕ, КОГДА ТЫ УВЕРЕН.