

Сентябрь 2024

# IPSOS UPDATE

Ежемесячный обзор  
лучших статей,  
исследований и  
материалов Ipsos

# В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



## Дополняй и вовлекай!

Как AR может помочь росту бизнеса?

1



## Робинзонизация растёт

Новые данные РосИндекс

2



## Что россияне знают про рак крови

Исследование фонда «ЖИВИ» и Ipsos

3



## Изменения в профиле россиян за 5 лет

По данным РосИндекс

4



## What The Future: Досуг

Получить максимум от свободного времени

5



## «Шесть сил клиентского опыта» и ИИ с AI

Удобные карточки от Ipsos

6

# Дополняй и вовлекай!

Как технология дополненной реальности (AR) может помочь росту бизнеса?

Главные индустрии, в которых сегодня востребована технология дополненной реальности — гейминг, ритейл, маркетинг и реклама, образование, здравоохранение, строительство.

Технология дополненной реальности в маркетинге:

- повышает знания о бренде,
- наглядно показывает продукт,
- обогащает покупательский и пользовательский опыт,
- укрепляет лояльность.

Использование дополненной реальности в российском маркетинге пока не стало массовым. Маркетологи все еще воспринимают AR как экспериментальную технологию.

Пользовательский опыт с AR отличается в зависимости от категории. В одних категориях технология дополненной реальности приносит практическую пользу, в других скорее является развлечением.

В статье:

- Как сделать AR бустером роста брендов
- Какие существуют триггеры и барьеры к регулярному использованию AR
- В чем состоит секрет успеха AR продуктов
- Типология пользователей AR по интересам
- Чек-лист для брендов – покорителей AR

[ПРОЧЕСТЬ СТАТЬЮ](#)



# Робинзонизация продолжает расти

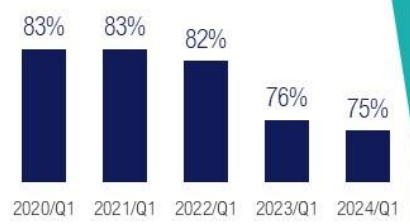
Данные новой волны регулярного исследования РосИндекс

## РОСИНДЕКС Робинзонизация растёт Изменения за 5 лет

**Робинзонизация продолжает расти.**  
В динамике за 5 лет значительно снизилась доля домохозяйств, в которых живут 3 и более человек. Одновременно выросло число проживающих по одному и по два человека в домохозяйстве.

Однако несмотря на отрицательную динамику, доля желающих разделить приятные моменты жизни с другими, по-прежнему высока и составляет 75% – жить с меньшим числом домочадцев не значит стремиться к одиночеству.

**Мне нравится разделять приятные моменты своей жизни с другими**  
Доля согласных с утверждением



**Сколько человек живет в домохозяйстве**



Источник: Ipsos. Исследование РосИндекс. Население 16+ лет. Города России, 100+ тыс. жителей

Робинзонизация продолжает расти. В динамике за 5 лет значительно снизилась доля домохозяйств, в которых живут 3 и более человек. Одновременно выросло число проживающих по одному и по два человека в домохозяйстве.

Однако несмотря на отрицательную динамику, доля желающих разделить приятные моменты жизни с другими, по-прежнему высока и составляет 75% – жить с меньшим числом домочадцев не значит стремиться к одиночеству.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

# Что россияне знают про рак крови

Благотворительный фонд помощи тяжелобольным детям “ЖИВИ” и Ipsos выяснили, как россияне относятся к теме лейкоза (рака крови).

**Исследователи проанализировали, что пользователи ищут и пишут в сети на тему рака крови:** количество и окраска сообщений, самые главные темы и потребности. Благодаря данным аналитики выявили потребности жителей РФ в отношении информации о лейкозе, определили, какие проблемы волнуют россиян больше всего и каких материалов в интернете им не хватает.

Исследование было проведено в июле 2024 года методами анализа высказываний в социальных медиа, поисковых запросов, анализа данных исследования РосИндекс и методом кабинетного исследования.

Было проанализировано более 110 000 пользовательских упоминаний по теме лейкоза и связанных понятий в период с 1 мая 2023 года по 30 июня 2024 года.

## В статье:


- Уровень общей осведомленности россиян о лейкозе
- Ключевые проблемы в отношении информации о детском лейкозе в интернете
- Выводы исследования

[ПОДРОБНЕЕ](#)



# Изменения в профиле россиян за 5 лет

По данные регулярного исследования РосИндекс



## Как изменился профиль россиян за 5 лет

Данные исследования РосИндекс  
2020/Q1 vs 2024/Q1



### За пять лет:

- Меньше стремятся демонстрировать успешность в семье
- Меньше людей считают себя творческими
- Меньше идеализируют жизнь за границей
  
- Стабильна доля следующих собственным моральным принципам
- Не меняется доля стремящихся выходить за рамки
- Стабильна доля любителей риска
  
- Больше спонтанности
- Больше самоуверенности
- Больше эмоциональной закрытости

[СМОТРЕТЬ КАРТОЧКИ](#)

# What The Future: Досуг

Как бренды могут поддержать людей в их стремлении получить максимум от свободного времени

Благодаря современным технологиям и новым моделям работы у потребителей появилось больше возможностей для проведения досуга, чем когда-либо прежде. Однако исследования Ipsos показывают, что люди также испытывают нехватку времени, и то, как они проводят свой досуг, едва ли ощущается как отдых.

В нашей культуре постоянной активности расслабление кажется недостижимым. Даже планирование отпуска может

вызывать стресс. Для бизнеса это является как вызовом, так и возможностью.

Потребителям нужны варианты досуга, которые предлагают:

- простоту,
- удобство и
- искреннее удовольствие.

Есть и то, что выходит за пределы самого досуга. Перегруженные работой люди ищут простоту во всем: от пользовательского опыта до клиентского сервиса.

В статье:

- Могут ли новые рабочие модели помочь нам найти больше свободного времени?
- Могут ли медиахолдинги создать устойчивые бизнес-модели для производства качественного телевизионного контента?
- Как изменения климата и цифровые технологии повлияют на наше проведение досуга?

ПРОЧЕСТЬ ОБЗОР



**С ростом возможностей для проведения досуга люди по-прежнему испытывают нехватку времени, и то, как они проводят свой досуг, едва ли ощущается как отдых.**

# «Шесть сил клиентского опыта» и HI с AI



Карточки к статье «ИИ и будущее клиентского опыта»

Интеграция интеллекта человека (HI) и искусственного интеллекта (ИИ) для создания идеального опыта клиента



Как создать превосходный опыт клиента:

- Клиенты должны чувствовать, что контролируют ситуацию
- Клиенты должны чувствовать себя важными, получать персонализированные рекомендации
- Клиенты должны чувствовать себя желанными
- ИИ должен понимать личную ситуацию клиента
- ИИ должен держать клиентов в курсе событий
- ИИ должен стремиться улучшать жизнь, ускоряя выполнение рутинных задач и облегчая опыт

СМОТРЕТЬ КАРТОЧКИ





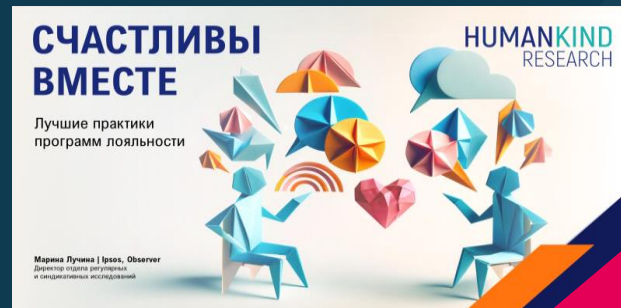


Смотрите запись выступления «Увидеть человека за белым халатом» директора отдела качественных исследований Healthcare Custom Анны Кузиной.

В видео:

- Критерии идеального визита в мед. учреждение
- Этнографический ролик, погружающий в эмоциональные тонкости взаимодействия врачей и пациентов и др.

СМОТРЕТЬ



Предлагаем вам запись выступления «Счастливы вместе» руководителя отдела синдикативных исследований Ipsos Марины Лучиной.

В видео:

- Большая подборка готовых данных Ipsos по теме лояльности
- Результаты обсуждений предпочтений программ лояльности в нашем качественном синдикативном сообществе и др.

См. также: [Stories. Лояльность](#)

СМОТРЕТЬ



Предлагаем вам запись выступления «Дополняй и вовлекай» старшего директора по работе с клиентами Ipsos, канд. социол. наук Татьяны Зиглиной и директора по работе с клиентами Ipsos Ирины Болотовой.

В видео:

- Секрет успеха AR продуктов
- Барьеры к регулярному использованию AR и др.

См. также: [Статья «Дополняй и вовлекай»](#)

СМОТРЕТЬ

# КОНТАКТЫ

Выпуски Ipsos Update можно найти на нашем сайте [www.ipsos.ru](http://www.ipsos.ru) и в наших социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направить через наш бот [@ipsos\\_in\\_russia\\_bot](https://t.me/ipsos_in_russia_bot)

Подписывайтесь на наши соцсети, чтобы узнавать о новых материалах сразу, как они выходят!

TG: Ipsos в России



ВК: Ipsos в России



[www.ipsos.ru](http://www.ipsos.ru)  
[@ipsos](https://t.me/ipsos)

