

Октябрь 2024

# IPSOS UPDATE

Ежемесячный обзор  
лучших статей,  
исследований и  
материалов Ipsos

# В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



## Обзор трендов Trend Vision 2024

В поисках  
человекоцен-  
тричности

1



## Отношение пользователей к видеосервисам

Исследование  
Ipsos

2



## Диагностическая одиссея

Путь пациента  
с редким  
заболеванием

3



## Исследование проблемы инсульта

Фонд борьбы с  
инсультом  
ОРБИ и Ipsos

4



## Чек – лист для брендов – покорителей AR

Из статьи  
«Дополняй  
и вовлекай!»

5



## Марафон «Creative Excellence Quiz Week»

Тестирование  
рекламы в «шуме»

6

# TREND VISION 2024

## В поисках человекоцентричности

В деловой повестке сегодня прочно укоренилась тема **человекоцентричности**. Многие видят её как следующий этап эволюции концепции клиентоцентричности.

С одной стороны, человекоцентричность привносит эмпатию в рациональную систему управления бизнесом. С другой – направляет равноценное внимание не только на клиентов, но и на сотрудников, и на других стейкхолдеров, так или иначе соприкасающихся с бизнесом.

О какой бы из аудиторий или о каких активностях ни шла речь, в фокус попадают социальная важность, смыслы, общечеловеческие ценности и эмоции.

Предлагаем вам вместе с нами посмотреть на человекоцентричность сквозь призму разных отраслей и трендов.

**«Фишкой» обзора этого года мы сделали кейс-батлы.** В конце каждого раздела вы сможете сравнить два кейса, которые мы предложили оценить потребителям в двух ракурсах:

- Забота или нет?
- Влияет или нет?

### СОДЕРЖАНИЕ

- **Забота о человеке.** Запрос на дружелюбность окружения
- **Культурный код России.** Кто мы? Что нас объединяет?
- **Влияние Востока.** Разворот и новые настройки
- **Работа и занятость.** Расширяя возможности, вдохновлять на успех
- **Здоровье и ЗОЖ.** Усталость и ожидание новой мотивации
- **Питание.** За рамки привычного
- **Купить нельзя экономить.** Ритейл расширяет границы
- **Digital-коммуникации.** Как меняется рекламный рынок
- **Мех, лапы и хвосты.** Расцвет гуманизации животных и антропоморфности.

[ПРОЧЕСТЬ ОБЗОР](#)



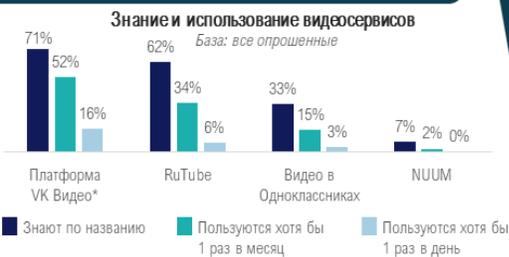
# Как пользователи относятся к видеосервисам

Какие сервисы для просмотра видео предпочитают использовать российские пользователи

## Как пользователи относятся к видеосервисам

Платформа **VK Видео** воспринимается как молодежный сервис, с возможностями для взаимодействия с контентом.

**RuTube** считают сервисом, где есть ТВ-контент, много качественных фильмов, мультфильмов, телешоу и сериалов.



Восприятие видеосервисов, %  
База: знающие сервис

	Платформа VK Видео*	RuTube	Видео в Одноклассниках	NUUM
Можно использовать бесплатно	69	60	56	44
Молодежный	63	29	16	40
Много возможностей для взаимодействия с контентом	60	36	34	24
Есть любительский контент от других пользователей	57	35	36	32
Современный	56	39	19	34
Популярный	53	29	18	18
Много качественных фильмов, мультфильмов, телешоу и сериалов	46	40	15	13
Есть ТВ-контент	34	43	14	12

**Одноклассники** кроме бесплатного использования ассоциируются с возможностями взаимодействия и с любительским контентом.

**NUUM** – делит территорию молодежи и современности с **VK Видео**.

## Об исследовании

Исследование проводится на регулярной основе методом онлайн-опроса среди интернет-пользователей чаще, чем 5 раз в неделю, в возрасте 14–60 лет, проживающих в городах России, размер выборки 1225 интервью в неделю.

Для составления данного обзора использованы данные, полученные в августе 2024 года.



Ключевой аспект восприятия всех российских видео сервисов – возможность бесплатного использования.

- Среди российских сервисов самым известным и используемым является платформа **VK Видео**, второе место занимает **RuTube**
- Пользователи считают **VK Видео** наиболее молодежной платформой
- 43% опрошенных согласны с тем, что на **RuTube** есть ТВ-контент

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

# Редкие заболевания: Диагностическая одиссея

Разгадывание «тайн» редких заболеваний: чем может помочь изучение «пути пациента»

Процесс диагностики для людей с редкими заболеваниями похож на сложную детективную историю, полную тайн, неизвестности и развязки, которая остаётся неясной максимально долго. Пациенты, выступающие в качестве главных положительных героев таких историй, сталкиваются с серьезными трудностями с самого начала и на всём протяжении своего пути.

**У людей с редкими заболеваниями часто нет никаких отправных точек.** Например, знаний, к какому специалисту

обратиться, учитывая сложное сочетание симптомов. Отсутствие ясности и доступной информации может привести к растерянности и подавленности.

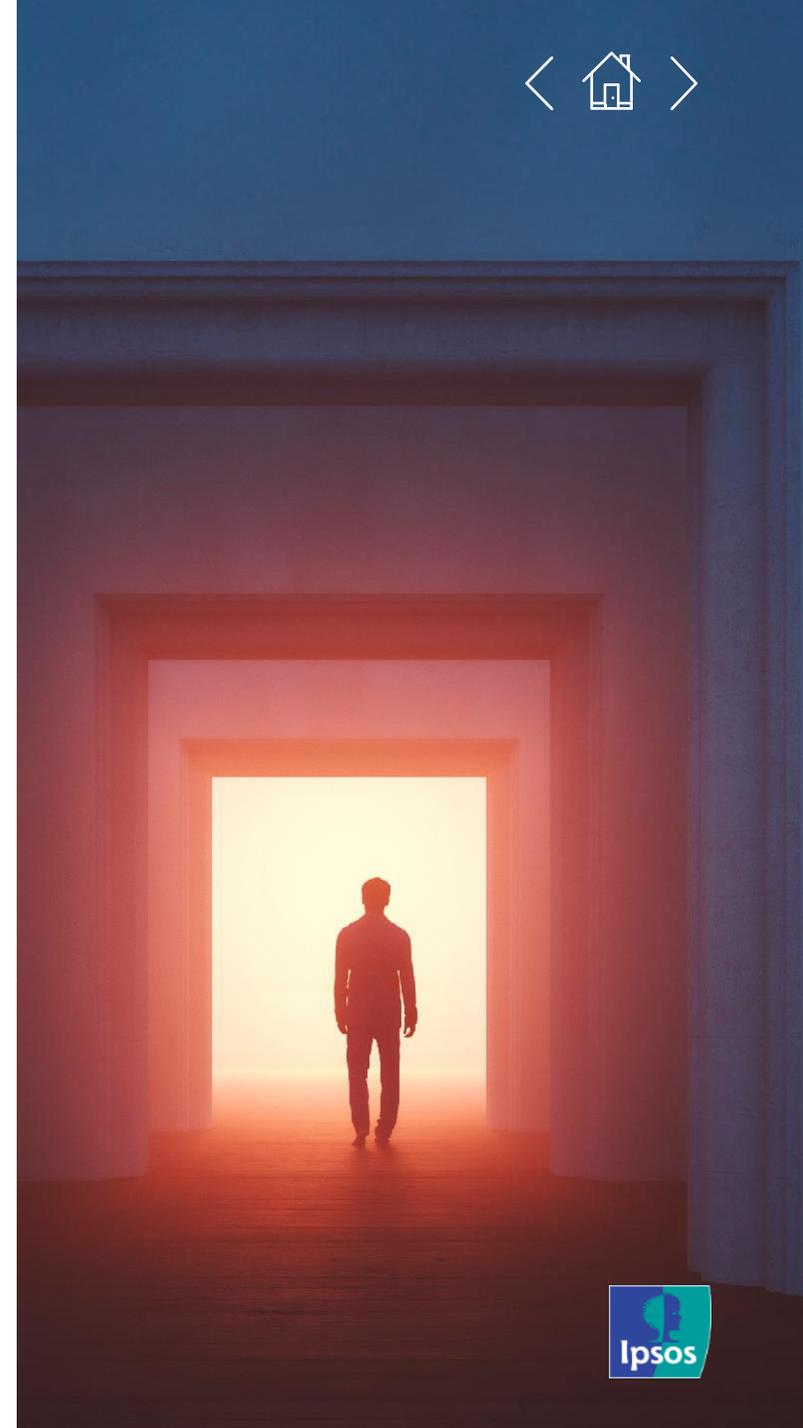
**Аналогично – врачи включаются в «расследование»** и проходят свой сложный путь в лабиринте возможных диагнозов.

**Дифференциальная диагностика** – метод, позволяющий отличить конкретное заболевание от других со схожими клиническими симптомами – часто проводится поэтапно, с направлением к специалистам в зависимости диагноза. Это удлиняет лечение.

**Исследование «пути пациента» с помощью инновационных инструментов маркетинговых исследований,** поможет лучше понять редкие заболевания, разработать стратегии лечения и преодолеть многие барьеры.

**Фармацевтические компании могут сосредоточиться на повышении качества диагностики и эффективности лечения,** а это, в свою очередь, приведет к улучшению жизни людей, страдающих от редких заболеваний.

[ПРОЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)



# Благотворительное исследование проблемы инсульта



**Как помочь тем, кто помогает людям, перенесшим инсульт и их родственникам?**

Фонд борьбы с инсультом ОРБИ и исследовательское агентство Ipsos в России провели исследование проблемы осведомленности россиян в теме инсульта.

В исследовании описываются основные этапы инсульта, проблемы и потребности пациентов и их родственников, рекомендации по действиям.

Также в отчете содержится информация о том, чем может помочь фонд ОРБИ в случае столкновения с инсультом:

- Какие этапы пути есть у человека, столкнувшегося с инсультом
- Почему люди, столкнувшиеся с инсультом, не обращались в фонды
- Как оптимизировать точки контакта больного с фондом

[ПРОЧИТАТЬ СТАТЬЮ](#)

# Чек-лист для брендов-покорителей AR

Как технология дополненной реальности (AR) может помочь росту бизнеса

## Чек-лист

для брендов – покорителей AR

- 1. Я знаю своего потребителя, его потребности, включая неудовлетворенные
- 2. Я понимаю, что для моего потребителя practical WOW и emotional WOW
- 3. Я проверил прототип с точки зрения UX experience и адекватности его CJM
- 4. Я протестировал прототип, концепцию на потенциальной аудитории, понял, какие преимущества стоит коммуницировать и как доработать прототип до ИДЕАЛА



Возможно, вы уже успели обратить внимание на полезный чек-лист из статьи "Дополняй и вовлекай!", который поможет тем, кто прямо сейчас работает над запуском сервиса AR для своих клиентов.

Впрочем, если вы работаете над запуском других полезных сервисов, наш чек-лист из четырех пунктов вам тоже пригодится!

[ОТКРЫТЬ ЧЕК-ЛИСТ](#)



# Тестирование рекламы в «шуме»

## МАРАФОН «CREATIVE EXCELLENCE QUIZ WEEK!»

В сентябре мы провели третий марафон «Creative Excellence Quiz Week!». Наши эксперты по тестированию рекламного креатива рассказали в коротких видео об особенностях тестов рекламы в «шуме».

Вот какие вопросы были затронуты:

- Зачем тестировать рекламу в «шуме»? >>
- Для замера каких показателей полезно тестирование в «шуме»? >>

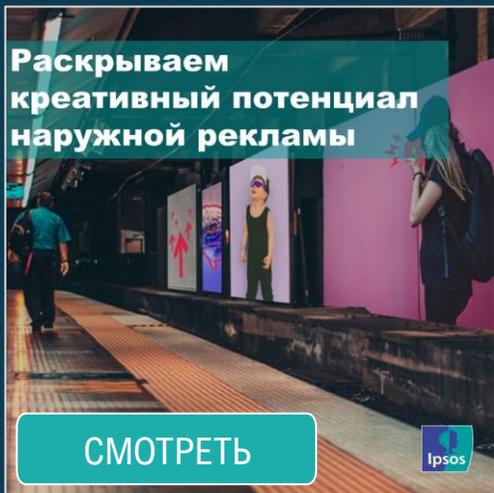
- Когда не рекомендуется помещать рекламу в «шум»? >>
- Как должен составляться клаттер для теста – какие рекламы, помимо тестовой, должны туда входить? >>

- Надо ли адаптировать тестовый клаттер под длительность тестируемой рекламы? >>
- Насколько подход с тестированием рекламы в «шуме» можно применить при тестировании креативов в других медиа, например, наружной или онлайн рекламы? >>

# ТОП-5 популярных статей в нашем TG-канале с начала 2024 года



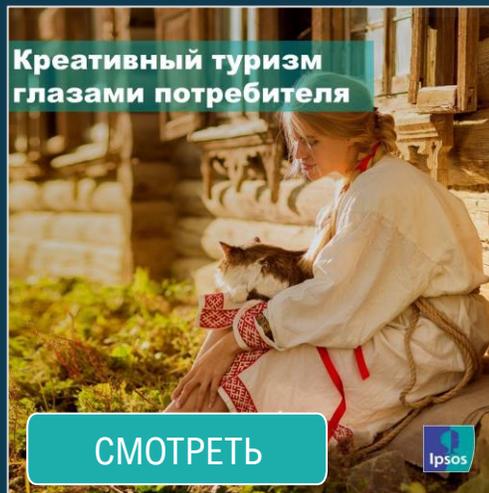
**Раскрываем  
креативный потенциал  
наружной рекламы**



**СМОТРЕТЬ**



**Креативный туризм  
глазами потребителя**



**СМОТРЕТЬ**



**ESG в бионауках  
как скрытый двигатель  
успеха бренда**



**СМОТРЕТЬ**



**Как контекст может  
стимулировать рост бренда**



**СМОТРЕТЬ**



**ESG x бренд = новые возможности**



**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)

