

Август 2024

# IPSOS UPDATE

Ежемесячный обзор  
лучших статей,  
исследований и  
материалов Ipsos

# В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



1

**ТОП-10 целей жизни на ближайший год**

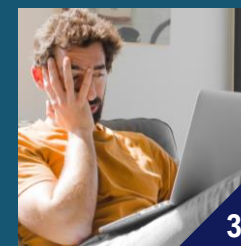
Новые данные РосИндекс



2

**Stories. Программы лояльности**

Что важно кроме выгоды?



3

**ТОП-7 Раздражающих видов рекламы в Интернете**

Новые данные OnLife



4

**ИИ и будущее клиентского опыта (CX)**

Искусственный интеллект — друг или враг?



5

**Успех бренда в эпоху GLP-1**

Использование контекста, эмпатии и ожиданий



6

**Цифровая терапия. 5-этапный фреймворк**

Достижение успеха в сфере DTx

# ТОП-10 целей жизни на ближайший год

Данные новой волны регулярного исследования РосИндекс



По данным новой волны регулярного исследования РосИндекс, в динамике за 5 лет больше всего упало намерение выплачивать кредиты или делать сбережения/инвестиции. При этом желание обучиться финансовой грамотности не изменилось.

**Здоровый образ жизни** по-прежнему занимает первое место в планах россиян, но есть снижение в динамике за пять лет. Одновременно выросла доля планирующих лечение.

**Путешествия** сохранили вторую строчку в планах опрошенных.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

# Stories. Программы лояльности

Новая история из нашего качественного синдикативного сообщества, где мы обсуждаем тренды, волнующие потребителей, исследователей и маркетологов

#Stories



## Именно для Олечки

Хочу, чтобы было так: первая лояльность при регистрации. «Ольга, благодарим за регистрацию в программе лояльности. Ваше имя приносит удачу! Поэтому до ... числа Вы можете.... » 😊

Примерно так. Я поведусь! Это ведь именно для Олечки предложение!

Ольга, 47 лет,  
Москва



Синдикативное сообщество Ipsos. Июль 2024  
Тема: Какие программы лояльности выбирают и почему  
stories.ipsos.ru

**Желание сэкономить и получить выгоду делает программы лояльности все более востребованными.** Нам стало интересно, что еще кроме выгоды привлекает потребителей в программах лояльности.

### В фокусе исследования:

- Какие программы лояльности в репертуаре потребителя?
- Что мотивирует к «знакомству» с новой программой лояльности, а что отталкивает?
- Какие критерии успеха программы лояльности?
- С какой программой лояльности расстанутся без сожалений?

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

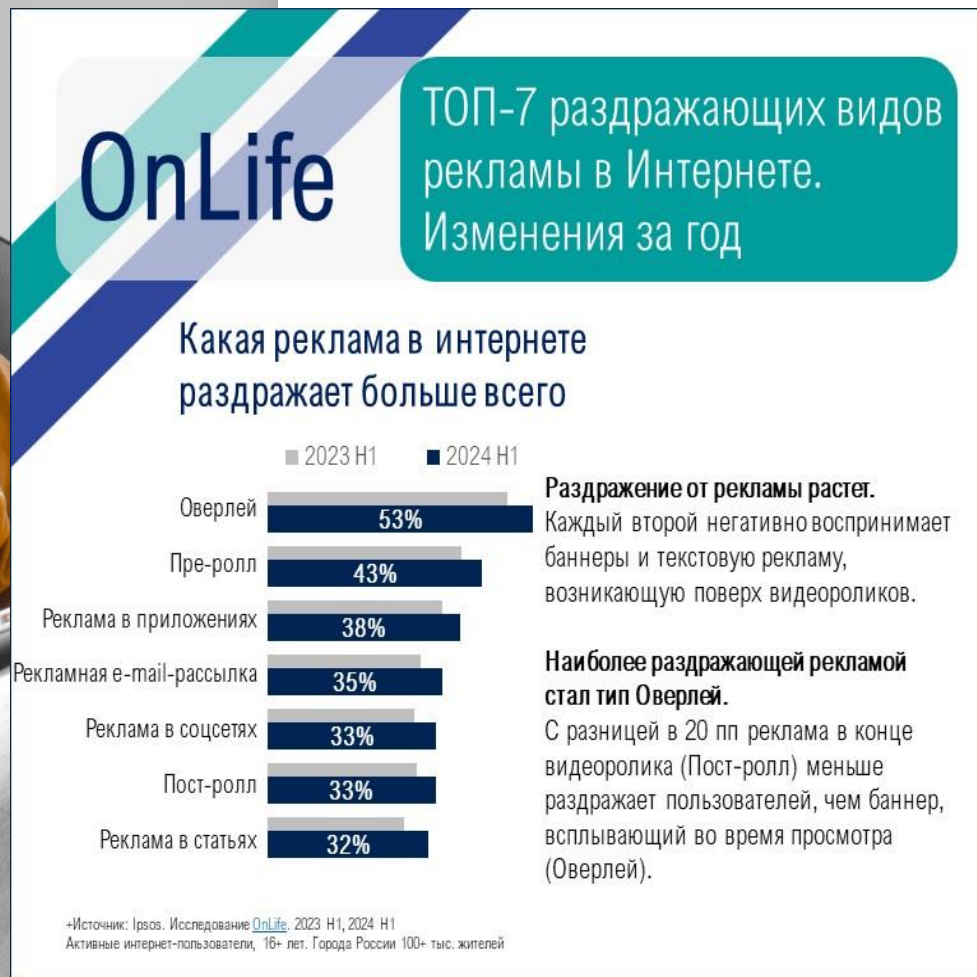
КОНТАКТ



# ТОП-7 Раздражающих видов рекламы в Интернете



Новые данные исследования OnLife



По новым данным исследования OnLife раздражение от рекламы растёт. Каждый второй негативно воспринимает баннеры и текстовую рекламу, возникающую поверх видеороликов.

Больше других раздражает реклама типа Оверлей.

С разницей в 20пп реклама в конце видеоролика (Пост-ролл) меньше раздражает пользователей, чем баннер, всплывающий во время просмотра (Оверлей).

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)

# ИИ и будущее клиентского опыта (CX)

Говорим об интеграции возможностей генеративного ИИ с моделью Ipsos

«Шесть сил клиентского опыта» для формирования эмпатичного опыта клиента

**Исключительное клиентский опыт – уже не роскошь**, а необходимость для укрепления лояльности к бренду.

**При грамотном проектировании и управлении** генеративный ИИ может понимать запросы клиентов и реагировать на них максимально точно. Также он может повышать эффективность, обеспечивать персонализацию и круглосуточную доступность услуг.

**В основе опыта остается фундаментальная необходимость понимать запрос потребителей к брендам** и роль, которую бренды играют в жизни людей. Исследования Ipsos показывают, что клиенты чаще уходят, если их опыт не соответствует обещаниями бренда.

28% специалистов по CX по всему миру признают, что опыт, полученный клиентами при взаимодействии с их брендом, в целом был хуже обещанного.

**Генеративный ИИ способен значительно улучшить процесс формирования**, предоставления и измерения опыта клиентов.

**В фокусе статьи:**

- Взаимодействие ИИ с фреймворком Ipsos [«Forces of CX»](#) и шесть ключевыми измерениями, важными для построения прочных отношений с клиентами.

Использование этих измерений гарантирует, что ИИ не ухудшит, а усилит привязанность клиентов к бренду, поможет

прийти к поставленным целям, будет способствовать удержанию персонала, повысит долю кошелька, желание рекомендовать бренд и операционную эффективность.

- Сочетание CX Forces с ИИ, интеллектом человека (HI), сопутствующим применением оценки зрелости CX, изучения пути клиента, [измерений и аналитики](#), а также схемы для использования ИИ с акцентом на [важность ROI в CX](#).

ПРОЧЕСТЬ СТАТЬЮ



**Хотя ИИ обладает значительным потенциалом для улучшения CX, очень важно сохранить человеческий интеллект в центре проектирования пользовательского опыта.**



# Успех бренда в эпоху GLP-1\*

## Использование контекста, эмпатии и ожиданий

Препараты класса GLP-1 оказали революционное влияние на лечение ожирения, показав беспрецедентный успех в контроле аппетита и снижении веса. В дополнение они также играют важную роль в борьбе с сопутствующими заболеваниями.

Сфера лечения ожирения становится все более конкурентной. Бренды, содержащие GLP-1, должны выстроить и поддерживать

прочную связь с пациентами и медработниками, чтобы достичь успеха.

В этой статье мы используем Brand Success Framework от Ipsos для построения пути к успеху брендов, связанных с GLP-1.

В основе фреймворка лежат три фундаментальных принципа, такие как:

- Понимание **контекста**,
- Проявление **эмпатии**,
- Формирование **ожиданий**.

Мы также опираемся на данные о врачах, пациентах и потребителях, чтобы выявить области потребностей и возможностей, предлагая брендам реальный и действенный план достижения успеха в этой многогранной и бурно развивающейся среде.

[ПРОЧЕСТЬ СТАТЬЮ](#)

# Цифровая терапия. 5-этапный фреймворк

Как построить устойчивый и масштабируемый бизнес в области Digital Therapy?

## Создание прочного фундамента для успешного внедрения решений Цифровой терапии

Построение успешного бизнеса, связанного с цифровой терапией, требует системного подхода, основанного на данных и состоящего из нескольких этапов. На каждом этапе учитываются как неудовлетворенные клинические потребности пациентов, так и более широкие требования системы здравоохранения. Ipsos предлагает пятиэтапный фреймворк для развития устойчивого и масштабируемого бизнеса.

### 5-этапный фреймворк Ipsos для достижения успеха в сфере DTx

- Этап 5**  
Способствует развитию грамотности в области Цифровой терапии и её клиническому пониманию
- Этап 4**  
Оптимизирует опыт пользователя и совместимость, повышая приверженность и эффективность
- Этап 3**  
Показывает эффективность и безопасность при одновременном снижении затрат и улучшении понимания ценности процесса
- Этап 2**  
Формулирует преимущества в контексте более широкой системы заботы о здоровье
- Этап 1**  
Создает основу для разработки продукта



**Этап 1**  
**Понимание рынка и приоритетов клиента** закладывает основу для принятия решений в процессе разработки продукта. Сюда входят планирование пути пациента, выявление неудовлетворенных потребностей и анализ конкурентной среды.

**Этап 2**  
**Разработка ценностного предложения** основана на результатах Этапа 1, чтобы убедиться, что позиционирование отвечает видению всех заинтересованных сторон. Особое внимание уделяется не только клиническим результатам, но также экономии затрат и улучшению рабочего процесса.

**Этап 3**  
**Требования к эффективности, безопасности и «здоровой экономике»** определяют дизайн предоставления сервиса в соответствии с ценностным предложением. Находится баланс инновационности и коммерческой осуществимости.

**Этап 4**  
**Вовлеченность и приверженность пациентов** – важные характеристики успешных предложений в Цифровой терапии. Они зависят от ценностных предложений и нормативных требований.

**Этап 5**  
**При формировании рынка** используются результаты предыдущих этапов для определения наилучшего способа обучения врачей функциональности, безопасности и эффективности Цифровой терапии. Это поможет медицинским работникам понять, как DTx может улучшить и дополнить их практику.

Для вашего удобства мы перевели фреймворк переведен на русский язык из статьи «Цифровая терапия».

Вот пять этапов достижения успеха в сфере Digital Therapy:

1. Понимание рынка и приоритетов клиента
2. Разработка ценностного предложения
3. Эффективность, безопасность, «здоровая экономика»
4. Вовлеченность и приверженность пациентов
5. Формирование рынка

РАССМОТРЕТЬ ФРЕЙМВОРК





# 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)

