

Июнь 2025

Ежемесячный обзор

лучших статей, исследований
и материалов Ipsos Комкон

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



1

Стильный Апгрейд Communió

Обновление
дизайна
платформы



2

Сегментация «LIFESTAGE»

Сегментация по
этапам жизненного
цикла человека



3

Сегментация «Психографика»

Сегментация по
психографическим
осям



4

Бизнес и человеко- центричность

Итоги фиджитал-
интенсива и данные
Ипсос Комкон



5

Банковские услуги для людей с ОВЗ

По материалам
статьи «Доступный
онлайн-банкинг»



6

Карточки «Что за зверь?»

Исследование
ОИРОМ

Стильный апгрейд Communio



Мы обновили дизайн платформы.

Теперь работа пользователей, станет более удобной и эффективной



Ключевые нововведения:

- Интерфейс приобрел выразительность и современность благодаря новой цветовой схеме, обновленной эстетике графических элементов и улучшенной структуре страниц.
- Навигация стала проще и понятнее за счет оптимизированного расположения меню, добавления всплывающих подсказок и упрощения процесса поиска нужных функций.
- Изменения улучшат опыт пользователей, обеспечат еще более комфортную и современную среду для создания онлайн-сообществ и проведения маркетинговых исследований.

Чтобы узнать больше об обновлениях и получить доступ к демоверсии Communio свяжитесь с нами по email.

community-request@ipsos-russia.ru

Сегментация «LIFESTAGE» и пример ее использования

Детально рассматриваем сегментации РосИндекс

Lifestage - методика сегментирования по этапам жизненного цикла человека.

В основе **Lifestage** - 11 сегментов, базирующихся на 6-ти социо-демографических характеристиках.

Самая многочисленная группа - "Пустые гнезда" (17%), а самые малочисленные - "Пары среднего возраста без детей" и "Одиночки среднего возраста" (по 3% каждая).

За прошедшие 5 лет значительно снизился размер групп "Строящие гнездо", "Родители дошкольников" и "Родители взрослых детей" сильнее всего сократился размер групп. Не изменился размер групп "Оперившиеся птенцы", "Родители младших школьников" и "Родители подростков".

[ПОДРОБНЕЕ](#)



LIFESTAGE

Этапы жизни

Методика сегментирования российских потребителей по этапам жизненного цикла человека

ИПСОС КОМКОН

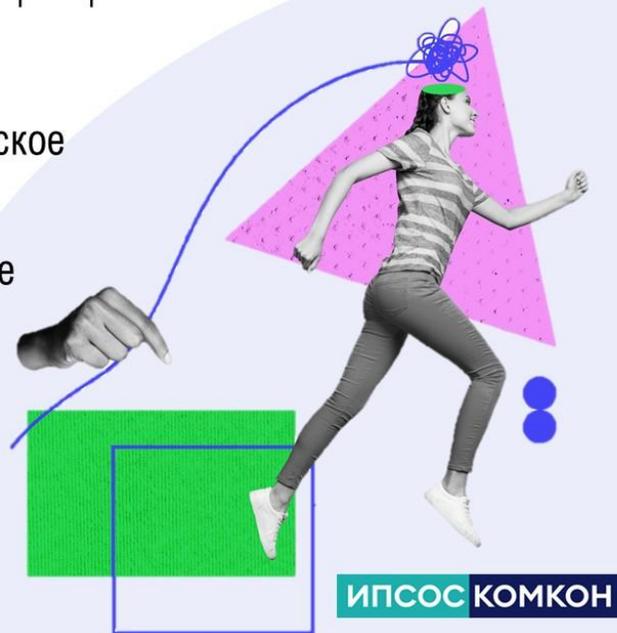
Сегментация «Психографика» и пример ее использования

Детально рассматриваем сегментации РосИндекс

ПСИХОГРАФИКА

Методика сегментирования потребителей по критериям:

- Стиль жизни
- Психографическое шкалирование
- Покупательское поведение



Психографика – методика сегментирования по критериям: стиль жизни, психографическое шкалирование, покупательское поведение.

Психографическое шкалирование строится по осям:

- Оси характера
- Оси мировоззрения
- Оси покупательского поведения и восприятия рекламы

[ПОДРОБНЕЕ](#)



Как и зачем бизнесу становиться человекоцентричным



Самый актуальный тренд последних пяти лет – ответ на потребность в заботе

На онлайн фиджитал-интенсиве «Про развитие городов и сообществ» обсуждалось:

- Что такое «человекоцентричность»?
- Как ее реализовать и измерить?
- Где найти баланс и актуальные тренды?
- Какую практическую пользу этот подход может принести проектам компаний, местным сообществам, каждому человеку?

Директор по развитию бизнеса Ipsos Комкон в России Анна Уварова поделилась результатами исследования человекоцентричности:

«Людам хочется и ощущать заботу о себе со стороны других, и самим заботиться о людях. Мы пережили пандемию, потом сложный 2022-й год. Люди стали тревожнее, общество находится в постоянном дисбалансе. Поэтому заботу ждешь и от близких, друзей, и от работодателей, и от брендов, у которых покупаешь. Около 40% опрошенных людей готовы тратить больше денег на бренды, которые проявляют заботу к своим клиентам и обществу в целом».

[ПОДРОБНЕЕ](#)

Семь способов сделать цифровые банковские услуги более доступными для людей с ОВЗ



Удобные карточки и чек-лист

Люди с ограниченными возможностями — это существенная часть потребителей. Создание доступной среды для людей с ОВЗ повышает удобство и удовлетворенность клиентов.

Делимся карточками и удобным чек-листом по материалам статьи «Доступный онлайн-банкинг».

[ОТКРЫТЬ КАРТОЧКИ](#)

[ОТКРЫТЬ СТАТЬЮ](#)



Что за зверь?

Продолжается исследование ОИРОМ путей попадания молодых талантов на работу в отрасли социологических и маркетинговых исследований

В рамках исследования старшеклассникам был задан вопрос, с какими животными ассоциируются:

- Социология
- Маркетинг
- Экономика

Ответы – на карточках, подготовленных Комитетом ОИРОМ по работе с молодежью

Результаты исследования будут презентованы 2 июля на Ежегодном Конгрессе ОИРОМ.



КАРТОЧКИ «ЧТО ЗА ЗВЕРЬ?»

См. также:

- [Ролик «Круто быть социологом»](#)
- [Карточки «Что рассказать о профессии исследователя»](#)



ЧТО ЗА ЗВЕРЬ?



Мы спросили у старшеклассников, с какими животными ассоциируются:

- СОЦИОЛОГИЯ
- МАРКЕТИНГ
- ЭКОНОМИКА

Ответы – в наших карточках >>

Данные собраны в рамках исследования пути молодежи в отрасли социологических и маркетинговых исследований. Февраль 2025



Ипсос Комкон на ежегодном Конгрессе ОИРОМ 2 июля 2025

**Ипсос Комкон
– спонсор
Конгресса**



ПРОГРАММА КОНГРЕССА

Выступления Ипсос Комкон
в программе Конгресса



**Исследования 2.0: где
проходит граница
между автоматизацией
и пониманием?**



**Алёна
Киселёва**
Старший директор по
работе с клиентами,
Ипсос Комкон



**Роман
Фомин**
Руководитель
направления Ритейл,
МТС ИИ



**Кадровый голод:
исследование ОИРОМ,
как привлечь молодежь
в ресеч индустрию**



**Мила
Бурлакова**
Директор по маркетингу
Ипсос Комкон



**Юлия
Махнутина**
Генеральный
директор Validata



**Лев
Астафьев**
Генеральный директор
Research View

КОНТАКТЫ

Выпуски можно найти на нашем сайте
www.ipsos-comcon.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: Ипсос Комкон



ВК: Ипсос Комкон



www.ipsos-comcon.ru

@Ипсос Комкон

ИПСОС КОМКОН