

Август 2025

Ежемесячный обзор

лучших статей, исследований
и материалов Ипсос Комкон

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ



1

InnoPredict:
предиктивная
аналитика + AI

Метод для
тестирования
инноваций



2

3D подход.
Data Deep Dive

Подход для
глубоких инсайтов



3

5 правил работы
с Удивлением

Нейроданные
для создания
эффективной рекламы



4

Сегментация
«WoM»

Детально
рассматриваем
сегментации
РосИндекс



5

Самые активные
участники акций

Что нового
в исследовании
РосИндекс



6

Топ-5 растущих
категорий
Интернет-сервисов

Обновления
в исследовании OnLife

InnoPredict: предиктивная аналитика + AI

Метод нового поколения для тестирования инновационных продуктов

Мы ежедневно сталкиваемся с инновациями, поэтому понимаем, как важно правильно оценить их успех до запуска, чтобы это не стало дорогостоящей ошибкой.

Ипсос Комкон создал модель, основанную на предсказании выборов с помощью спонтанных ассоциаций.

Смотрите на карточках:

- Зачем нужна предиктивная аналитика+AI в дополнение к существующим методам?
- InnoPredict: уникальный подход, объединяющий машинное обучение и реакцию потребителей
- Правила для построения модели
- Точность на агрегированном уровне
- Какие аутпуты Вы получите

[ПОДРОБНЕЕ](#)



3D подход для глубоких инсайтов. Data Deep Dive



Полезный инструмент Ipsos Комкон

3D подход для
глубоких инсайтов

Data Deep Dive

Качественный + количественный подход

= синергетический эффект и глубокое погружение в исследуемую область

Мы предлагаем единую экосистему данных для ваших задач: анализ соцмедиа, онлайн-сообщество на платформе Comminio, синдикативные данные.

Качественный + количественный подход = синергетический эффект и глубокое погружение в исследуемую область.

Три линзы Data Deep Dive:

- Анализ соцмедиа. Ускорение поиска инсайтов, большая детализация
- Синдикативы. Комплексный и масштабный взгляд на задачу
- Онлайн-сообщество. Личные истории, реальный контент

ОТКРЫТЬ КАРТОЧКИ

5 правил работы с Удивлением

Нейроданные в помощь созданию эффективной рекламы

Мы регулярно проводим тестирование креативов с использованием нейромодулей. Считываем мимические реакции во время просмотра рекламы и раскладываем их на базовые эмоции – Радость, Грусть, Гнев, Отвращение, Страх и Удивление.

Мы выявили связи между определенными аспектами Удивления и общим уровнем этой эмоции в рекламах, на основе которых выделили пять правил:

- Тестируйте реакцию зрителя
- Удивляйте позитивно
- Лучше меньше, да лучше. Быстрее не всегда полезнее
- Удивляйте смыслом, а не формой
- Удивляя, будьте убедительны

ПОДРОБНЕЕ



Сегментация «WoM»

Детально рассматриваем сегментации РосИндекс

WoM (Word of Mouth) - методика сегментирования потребителей по критериям:

- Сообщение передается через лидеров мнений
- Используются существующие социальные и коммуникативные сети

В методике 4 сегмента: Распространители, Убеждающие, Знатоки и Лидеры мнений

По данным РосИндекс за год в категории «Финансы» значимо выросла доля «Распространителей», «Убеждающих» и «Лидеров мнений».

[ОТКРЫТЬ КАРТОЧКИ](#)

WORD OF MOUTH

Коммуникативные группы

Методика сегментирования потребителей по критериям:

- Сообщение передается через лидеров мнений
- Используются существующие социальные и коммуникативные сети



Самые активные участники акций

Что нового в первой волне 2025 г. исследования РосИндекс

По данным первого квартала исследования РосИндекс 37% опрошенных принимали участие в акциях в супер- и гипермаркетах. Значимо больше в них участвует поколение X, значимо меньше — Silver Age.

В анкету первой волны 2025 г. были добавлены вопросы:

- Наличие подписки на музыкальные сервисы и онлайн-кинотеатры
- Участие в акциях в супер- и гипермаркетах. И другое

Также были расширены списки марок в категориях сайтов, банков, сервисов платных подписок и многое другое.

РосИндекс – самое широкомасштабное исследование стиля жизни, потребления товаров и услуг в России.

[ПОДРОБНЕЕ](#)



Топ-5 растущих категорий Интернет-сервисов в первом квартале 2025 г.



Обновления в первой волне 2025 г. исследования OnLife

Топ-5 растущих категорий Интернет-сервисов

Использовали за последние 3 мес.



vs 2024 Q/1

ИИ, нейросети	49%	+14 пп
Сервисы доставки продуктов питания на дом	66%	+6 пп
Сервисы сравнения цен на товары и услуги	62%	+4 пп
Тематические подписки, рассылки	56%	+4 пп
Сайты скидок, акций, распродаж	53%	+4 пп

Источник: Ipsos Комкон. Исследование OnLife. 2025/Q1, 2024/Q1
Активные интернет-пользователи. 16+ лет, города с населением 100 тыс+

По данным первого квартала 2025 г. исследования OnLife самый большой прирост в категории Интернет-сервисов у Искусственного Интеллекта (+14 пп за год), на втором месте — сервисы доставки продуктов питания.

Были расширены списки:

- Приложений (для заказа такси)
- Сайтов (спорт, туризм, здоровье и др.)
- Соцсетей и др.

OnLife — синдикативный проект для углубленного изучения онлайн-поведения россиян.

ПОДРОБНЕЕ

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