

Regularny pomiar opinii polskich internautów

IMAS INTERNATIONAL OMNIBUS-ONLINE

Odkryj zalety
realizowanego
co miesiąc
badania 500
użytkowników
Internetu w wieku
18-54 lat.

Zawiera
terminarz
2009

Czym jest Omnibus-Online?

Omnibus to wielotematyczne badanie, w którym respondentom zadawane są pytania przygotowane przez różnych klientów. Omnibus-Online realizowany jest przez Internet, wśród zarejestrowanych uczestników panelu IMAS OnLine (www.imasonline.pl). Badanie prowadzone jest każdorazowo na reprezentatywnej próbie 500 użytkowników Internetu w wieku od 18 do 54 lat.

Zalety Omnibus-Online!

Badanie szybkie

Dane są gotowe już po tygodniu od uruchomienia badania: realizację zaczynamy w czwartek, a już w środę przesyłamy gotowe wyniki dla klienta.

Badanie korzystne cenowo

W porównaniu do tradycyjnych metod realizowanych za pośrednictwem ankietera, realizacja jest tańsza. Jednocześnie nie rezygnujemy z jakości, którą daje badanie na dużych, reprezentatywnych próbach. Klientom, którzy decydują się na dłuższą współpracę oferujemy korzystne rabaty.

Badanie multimedialne

Możliwość załączania elementów audio i wideo, co pozwala na testowanie koncepcji reklamowych, projektów wizualnych, itp.

Badanie regularne

Pomiar wykonywany co miesiąc pozwala na obserwowanie zmian zachodzących w czasie.

Badanie wysokiej jakości

Jakość zapewnia Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej IMAS International, którego badacze, analitycy i zespół realizacyjny posiadają bardzo duże doświadczenie w wykonywaniu badań marketingowych, gromadzone od 15 lat istnienia w Polsce. Nasz instytut już od 2005 roku realizuje projekty badań internetowych, przede wszystkim opartych na internetowym panelu badawczym IMAS OnLine.

Zastosowanie Omnibus-Online:

- stopień zainteresowania produktem, serwisem internetowym lub usługą
- szybki test pomysłu we wczesnej fazie projektowania
- badanie świadomości i używania produktów (U&A)
- badanie efektywności reklam
- segmentacja klientów
- badanie wizerunku marki
- badanie postaw
- opinie na temat produktów i porównanie ich do konkurencji
- testowanie pomysłów na reklamy
- testowanie nazw i prototypów
- i wiele innych

Etapy realizacji zamówienia

1. Wycena

Wycena pytań w kwestionariuszu opiera się na aktualnym cenniku zamieszczonym na naszej stronie internetowej (www.imas.pl). Stosujemy rabaty związane z:

- większą liczbą pytań jednorazowo umieszczonych w badaniu (rabat dostępny już od 10 pytań)
- umieszczeniem tych samych pytań w kolejnych miesiącach badania
- współpracą przy innych projektach badawczych realizowanych przez Internet w IMAS (w tym: wcześniejsze fale Omnibusa-Online).

2. Przesłanie pytań do IMAS

Przyjmujemy gotowe pytania pod adresem **omnibus-online@imas.pl** przesłane nie później niż do ustalonego terminu zamknięcia kwestionariusza. Do badania przyjmujemy minimum 3 pytania od jednego klienta. Jeśli zgłoszenie zostanie przesłane wcześniej, oferujemy pomoc w dopracowaniu pytań.

3. Ustalenie postaci wyników

Standardowo nasi klienci otrzymują od nas dane (w postaci pliku Excela lub SPSS) lub tabele krzyżowe odpowiedzi w oparciu o standardowe statystyki demograficzne (w Excelu). Dodatkowo oferujemy następujące usługi:

- kodowanie pytań otwartych
- przygotowanie danych w dodatkowym formacie (ASCII, SPSS, Excel)
- przygotowanie raportu zawierającego opis wyników oraz wykresy (w postaci dokumentu Word lub prezentacji Power-Point).

4. Przekazanie wyników

Wyniki podstawowe, czyli dane lub tabele krzyżowe dostarczane są klientom drogą elektroniczną, zgodnie z terminarzem. Termin wykonania dodatkowych usług ustalany jest indywidualnie.

Krótko o metodologii

Badanie prowadzone jest metodą ankiety internetowej do samodzielnego wypełnienia.

Próba

Próba n=500, reprezentatywna dla użytkowników Internetu w Polsce w wieku 18-54, dobór kwotowy z panelu internautów IMAS OnLine. Kwota ustalana na podstawie informacji o strukturze użytkowników Internetu, uzyskanych podczas reprezentatywnych badań face-to-face prowadzonych przez IMAS.

Zmienne metryczkowe

(dołączane do danych każdego zleceniodawcy)

Płeć, wiek, wykształcenie, stan cywilny, status zawodowy, dochody gospodarstwa domowego, wielkość gospodarstwa domowego, region, wielkość miejscowości.

Kontrola jakości

Kontrola wypowiedzi respondentów w odniesieniu do danych z ankiety rejestracyjnej, usuwanie wywiadów pochodzących od osób nierzetelnie wypełniających ankietę, czyszczenie danych w oparciu o oprogramowanie IMAS.

○ IMAS
International

IMAS International (www.imas.pl) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej w Polsce. Od 2005 roku realizuje badania przez Internet, m.in. wśród uczestników internetowego panelu badawczego IMAS OnLine (www.imasonline.pl).

Nasze silne strony to: duże doświadczenie w branży badawczej, sprawdzony system badań internetowych, krótkie terminy realizacji badań, niskie koszty badań i wysoka jakość danych.

Potrzebujesz
więcej informacji?

Aby otrzymać pomoc w ustaleniu warunków badania, terminów i kosztów skontaktuj się z nami pod adresem: omnibus-online@imas.pl

lub dzwoniąc:
71 782 79 00

Aby dowiedzieć się więcej o ofercie badawczej IMAS, odwiedź naszą stronę: www.imas.pl

Więcej o ofercie Omnibus-Online wkrótce będzie można znaleźć także na: www.omnibus-online.pl

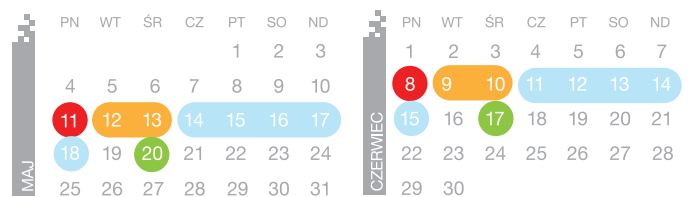
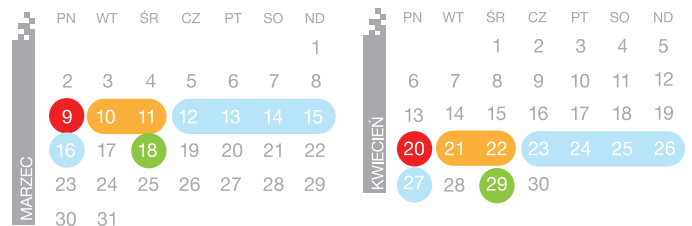
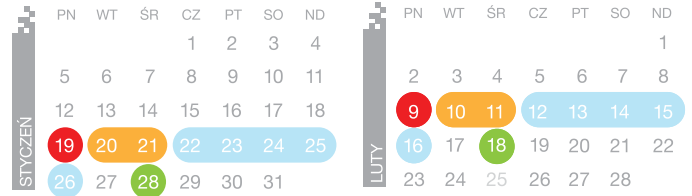
Zapraszamy!

IMAS International Sp. z o.o.
Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej

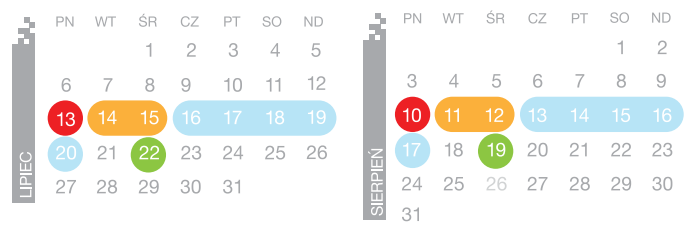
52-238 Wrocław, ul. Ostrowskiego 30
tel. +48 71 782 79 00
e-mail: omnibus-online@imas.pl


www.imas.pl

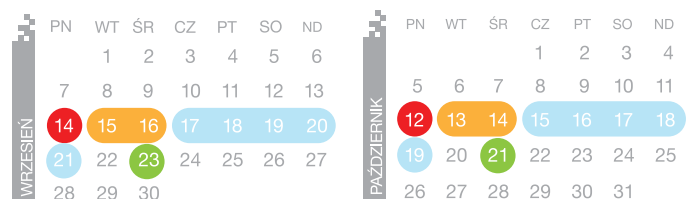
Omnibus-Online Harmonogram 2009




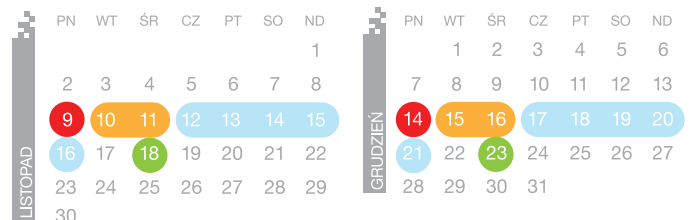
 Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań) Zwykle jest to drugi poniedziałek miesiąca, do godziny 12:00



 Programowanie kwestionariusza i przygotowanie próby respondentów 2 dni: od wtorku do środy



 Realizacja badania 5 dni: od czwartku do poniedziałku



 Wyniki (dane lub tabele) Środa, do końca dnia.