

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](http://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](http://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

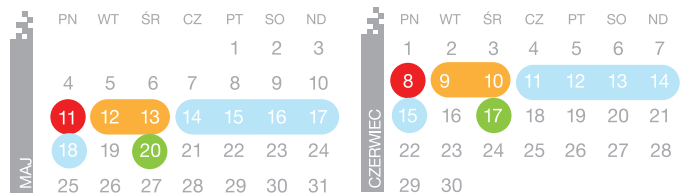
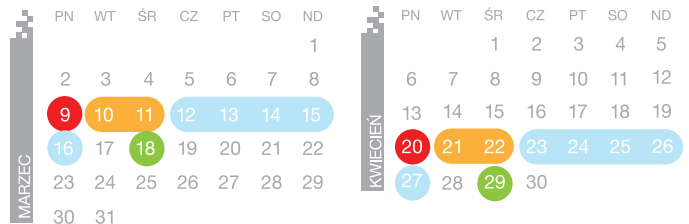
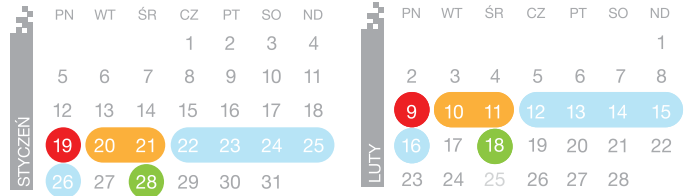
Zapraszamy!

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

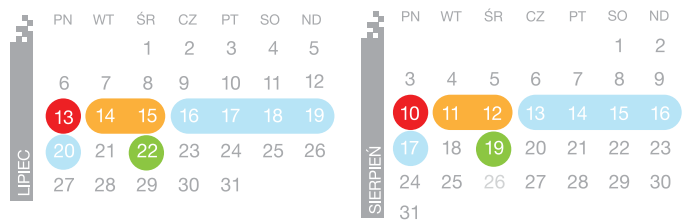
52-238 Wrocław, ul. Ostrowskiego 30  
tel. +48 71 782 79 00  
e-mail: omnibus-online@imas.pl


www.imas.pl

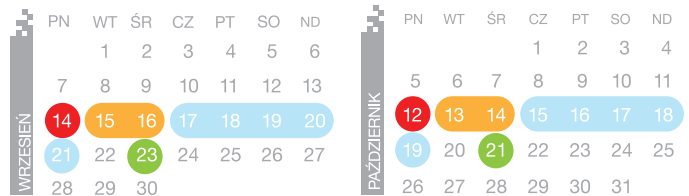
# Omnibus-Online Harmonogram 2009



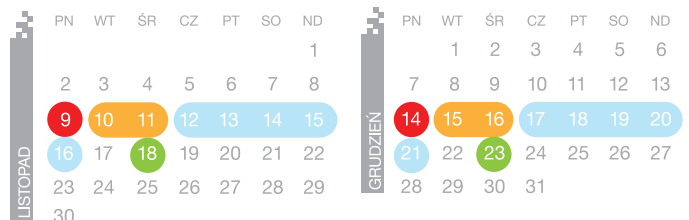
 Zamknięcie kwestionariusza (ostateczny termin przesyłania pytań) Zwykle jest to drugi poniedziałek miesiąca, do godziny 12:00



 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.