

Alpha Research Online Surveys



Какво представлява „Alpha Research Online Surveys“ (AROS)?

Нарастващото потребление на интернет прави все по-популярно приложението му в различни сфери на бизнеса, включително маркетинговите проучвания. През последните 12 години обемът на онлайн проучванията в глобален мащаб непрекъснато се увеличава, достигайки \$ 3.6 милиарда в края на 2007 година.

Същевременно, все по-важни за маркетинговите проучвания стават конкретни таргет групи, които често са първо, малки по обем и второ, трудно достъпни чрез стандартните методи на телефонното и прякото face-to-face интервю: бизнес, отделни професионални и социални общности, потребители на висок клас продукти, на специфични технологии и други.



Физическият достъп до тези таргет групи често е затруднен по причини като:



Географска пръснатост или концентрация в трудно достъпни места



Липса на структурирана информация за таргет групата



Невъзможност да се отдели време за интервю по телефона, или face-to-face и т.н.



Мнозинството от представителите на тези таргет групи обаче са активни интернет потребители...

„Alpha Research Online Surveys“ (AROS) е система за онлайн интервюиране, чието създаване е провокирано от стремежа ни за удовлетворяване нуждите на нашите клиенти от проучвания сред специфични таргет групи, използвайки предимствата на интернет технологиите.



Какви възможности има AROS?

- Контролиране на извадката - точна информация за съвкупността от попълнителите въпросника
- Гарантирана анонимност на интервюираните
- Бързо попълване

- ✓ Директен преход от филтриращи към свързаните с тях блокове въпроси
- ✓ Улеснения при попълването на по-сложни въпроси
- ✓ Голямо разнообразие за дизайн на въпросите - текстови, числови, визуални изображения
- ✓ Запомняване и продължаване на попълването в удобно време
- ✓ Генериране на уникален персонален код за всеки конкретен респондент, което предотвратява възможността за препращане и попълване на въпросника от друго лице
- ✓ Възможност за междинни обработки на база реализираната до момента извадка
- ✓ Пряк достъп и възможност за контрол върху изпълнението на изследването от клиента



Какви са предимствата на AROS в маркетинговите проучвания?

- ✓ Достъп до специфични и/или трудно достъпни таргет групи
- ✓ Минимизиране на грешките при попълването на въпросника
- ✓ Минимално и удобно време
- ✓ Пестене на време
- ✓ Подбор на извадката
- ✓ Психологически комфорт за анкетираните, особено при т.нар. деликатни теми
- ✓ Изграждане на панел



Оптимизиране на сроковете

- ✓ До 20% по-кратък срок в сравнение със стандартните методологии на телефонните и face-to-face интервюта



Ценови предимства



За контакти:



www.aresearch.org
headoffice@aresearch.org
София 1000, ул. Искър 54
тел./факс: |359 2| 986 90 75
тел./факс: |359 2| 983 60 56