

IPSOS UPDATE

Обзор лучших статей
и исследований Ipsos
со всего мира

Январь 2024

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

ГУМАНИЗАЦИЯ ИИ

Данные для прогнозирования успеха инноваций

Рассказываем, почему при обучении моделей ИИ использование актуальных или вневременных данных о потребителях – лучший путь к успешным инновациям.

КОНТЕКСТ МОМЕНТОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Путь к успеху бренда

Анализируем, почему понимание контекста в конкретный момент потребления – ключ к успеху, и как бренды могут использовать эту информацию для обоснования своей стратегии и создания положительного влияния на бизнес.

РЫНОК БЕССЕРВЕРНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

Исследование Yandex Cloud и Ipsos

Мы изучили, как российские компании относятся к рынку бессерверных вычислений, какие преимущества они выделяют и для чего используют.

ГЛОБАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА

Влияние на жизнь, информированность, действия

Исследование Ipsos, проведенное в 31 стране, показало, как в разных странах воспринимают последствия изменения климата и достаточно ли информации у местных жителей.

МАРАФОН «SIA QUIZ WEEK»

Тонкости исследований в соцмедиа в России

Если вы пропустили наш марафон в Телеграме, можно посмотреть записи ответов нашего эксперта, что такое вовлеченность в исследованиях соцмедиа, что учитывать при работе с ИИ, в каких соцмедиа концентрируется основная дискуссия и многое другое.

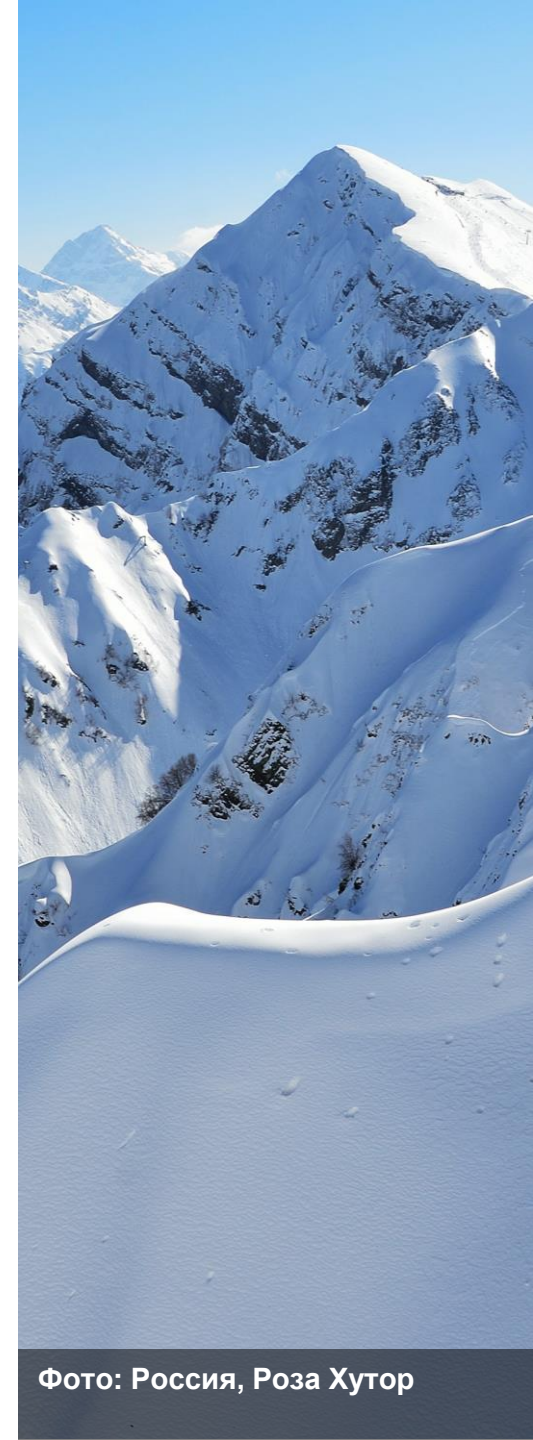
STORIES. НОВЫЙ ГОД

Взгляд потребителей на новогодние традиции

В предновогодней серии историй из нашего качественного синдикативного сообщества мы поговорили о подготовке к Новому Году, новогодних традициях, праздничном столе и о том, чем планируют заниматься потребители во время зимних каникул.

ТОП-5 САМЫХ ЧИТАЕМЫХ СТАТЕЙ В НАШЕМ TELEGRAM-КАНАЛЕ ЗА 2023 ГОД

Особенности сектора онлайн-торговли, генеративный искусственный интеллект, руководство по созданию идеальной клиентской стратегии и как забота о респондентах улучшает качество инсайтов.



ГУМАНИЗАЦИЯ ИИ

Данные для прогнозирования успеха инноваций

В этой статье мы исследуем роль использования данных социологических и маркетинговых исследований для обучения моделей ИИ, помогающих достичь успеха в инновациях. ИИ дает возможность повысить скорость внедрения и уровень успеха инноваций.

ИИ впитывает в себя все, с чем соприкасается, и качество данных определяет качество модели ИИ. Гуманизация ИИ требует использования реальных данных о людях для лучшего понимания и прогнозирования реального поведения человека.

Основные выводы:

- **Качество данных** – решающий фактор для обучения ИИ. Данные должны быть актуальными, репрезентативными или неподвластными времени, так модель ИИ станет точнее.

- Готовые модели ИИ могут иметь ограничения в отражении сути реального поведения и потребностей людей. **Гуманизация ИИ** путем его обучения данными о потребителях может привести к большему успеху инноваций.
- **Генеративный ИИ** можно использовать на этапе создания идей инноваций, для разработки концепций нового продукта, а **аналитический ИИ** — на этапе прогнозирования рыночного потенциала.
- **Реальные данные о людях**, включая реакции потребителей и дословные ответы, могут быть использованы для **обучения моделей ИИ** и повышения их точности при прогнозировании успеха инноваций.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

ОНЛАЙН-МИР НЕ ПОЛНОСТЬЮ ОТРАЖАЕТ РЕАЛЬНЫЙ МИР, ВЕДЬ ОНЛАЙН-КОНТЕНТ РАЗМЕЩАЮТ ТОЛЬКО ТЕ, КТО АКТИВЕН В ОНЛАЙНЕ. ”



ПОНИМАНИЕ КОНТЕКСТА МОМЕНТОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Путь к успеху бренда

Успешные бренды работают с ожиданиями потребителей так, чтобы они были уверены, что только этот конкретный бренд может их удовлетворить. Для этого нужно сначала понять контекст, в котором живут люди, а затем действовать с эмпатией. У одного человека могут быть разные потребности и предпочтения в разные моменты.

Исследования брендов традиционно позволяют взглянуть на потребление «с высоты птичьего полета».

Потребителей спрашивают в целом о продуктах, которые они знают или предпочитают. Однако часто не учитываются нюансы момента, в который используется товар.

Маркетологам нужен более высокий уровень детализации для выявления

возможностей роста и оптимизации своего продуктового портфеля. Нужно понимать в каком контексте возникают моменты потребления.

В этой статье мы рассматриваем способы анализа момента потребления. Также мы говорим, как брендам использовать полученную информацию для обоснования своей стратегии и создания положительного эффекта для бизнеса.

Точное, детализированное и своевременное понимание контекста становится все более важным для разработки действенных стратегий, позволяющих брендам играть ключевую роль в жизни потребителей, которую, возможно, упускают конкуренты.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



У ЛЮДЕЙ РАЗНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ В РАЗНЫЕ
МОМЕНТЫ, ПОЭТОМУ ВАЖНО ПОНИМАТЬ
КОНТЕКСТ МОМЕНТОВ ПОТРЕБЛЕНИЯ. ”



РЫНОК БЕССЕРВЕРНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ

Исследование Yandex Cloud и Ipsos

В совместном отчете Ipsos и Yandex Cloud мы рассматриваем, как российские компании относятся к рынку бессерверных вычислений, какие преимущества выделяют и для реализации каких сценариев используют.

Бессерверные вычисления позволяют использовать облачную инфраструктуру без аренды виртуальных машин. Таким образом, бизнес получает возможность использовать уже готовые облачные сервисы для запуска кода, управления базами данных и других IT-задач. Бессерверный подход позволяет платить только за фактически потребленные ресурсы.

Исследование рынка serverless в России помогло оценить уровень зрелости и потенциал развития технологии.

Мы узнали, что бизнес уже активно использует serverless-архитектуру для работы с данными, разработки сервисов и решения IoT-задач. По мнению 43% опрошенных разработчиков и предпринимателей, это позволяет компаниям сэкономить IT-бюджет. 83% респондентов уверены, что использование serverless-сервисов – это тренд, который будет активно расти в 2024 году.

[УЗНАТЬ БОЛЬШЕ](#)



ПО МНЕНИЮ 43% РАЗРАБОТЧИКОВ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SERVERLESS-СЕРВИСОВ ПОЗВОЛЯЕТ КОМПАНИЯМ СЭКОНОМИТЬ IT-БЮДЖЕТ.



ГЛОБАЛЬНЫЙ ВЗГЛЯД НА ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА

Влияние на жизнь людей, информированность, действия

Ipsos узнал, что люди в 31 стране думают об изменении климата.

Влияние климата на жизнь людей.

71% в среднем по миру ожидают, что в ближайшие 10 лет на их регион серьезно повлияет изменение климата. В Южной Корее этот показатель достиг 88%, а в Турции – 87%. 57% людей по всему миру уже наблюдают серьезные последствия.

38% ожидают, что в ближайшие 25 лет изменение климата, скорее всего, вынудит их покинуть свой дом. Наиболее вероятным такой исход считают жители Турции (68%), Бразилии (61%), Индии (57%), Малайзии (53%) и Индонезии (51%).

Информированность. Потребители по всему миру говорят, что ни правительство (59%), ни бизнес в их

стране (61%) не дают им достаточно информации, чтобы они наилучшим образом боролись с изменением климата. Сильно выделяется Индия, где треть утверждают, что им предоставляют слишком много информации. И только в Таиланде большинство считают, что им дают информации столько, сколько нужно.

Усилия по борьбе с изменением климата.

Большинство людей в мире считает, что правительство (56%), бизнес (59%) и сами граждане (59%) не прилагают достаточно усилий или вообще их не прилагают, чтобы бороться с изменением климата. Однако есть значительные различия по странам: жители Китая в 8 раз чаще аргентинцев говорят, что бизнес прилагает усилия, и в 9 раз чаще – что их правительство прилагает усилия.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



71% ПО ВСЕМУ МИРУ ОЖИДАЮТ,
ЧТО В БЛИЖАЙШИЕ 10 ЛЕТ В ИХ РЕГИОНЕ
БУДУТ ЗАМЕТНЫ СЕРЬЕЗНЫЕ
ПОСЛЕДСТВИЯ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА. ”



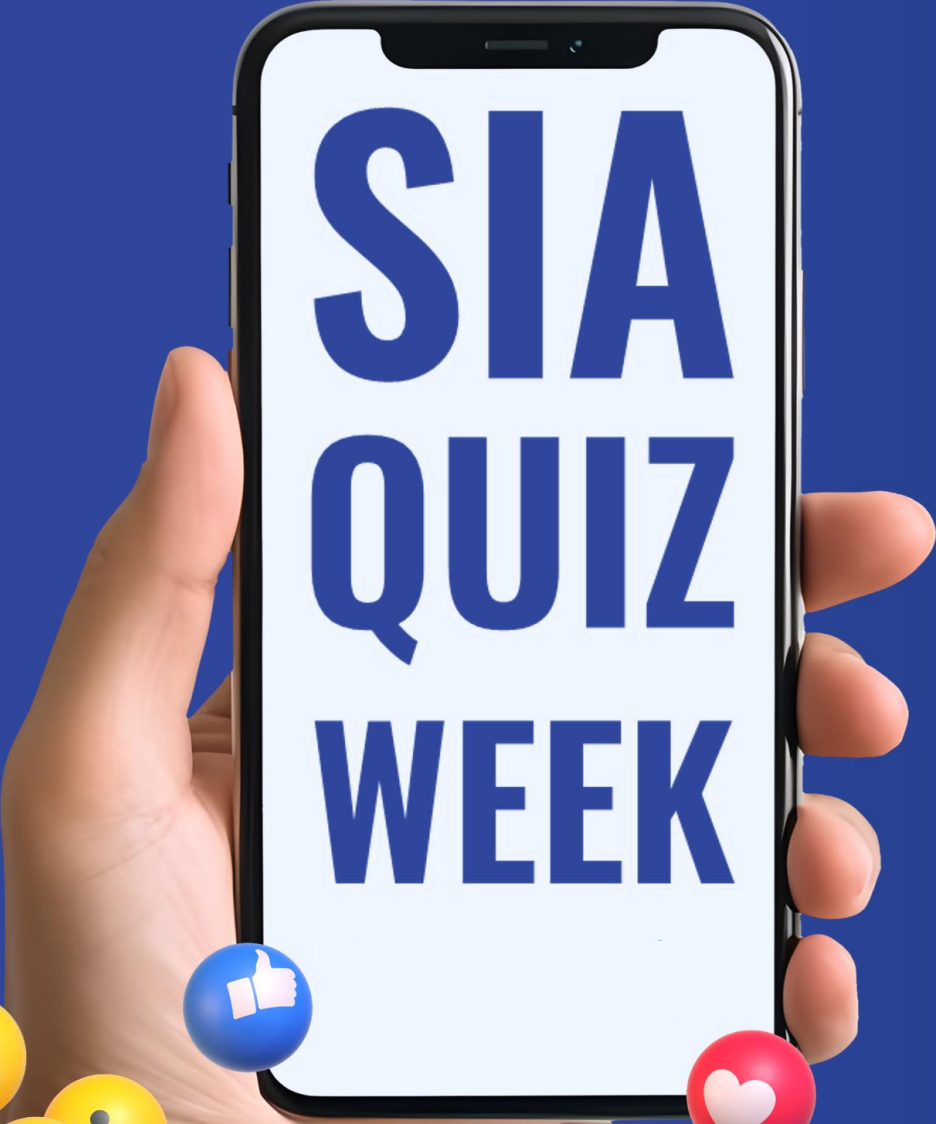
МАРАФОН «SIA QUIZ WEEK»

Тонкости исследований в соцмедиа в России

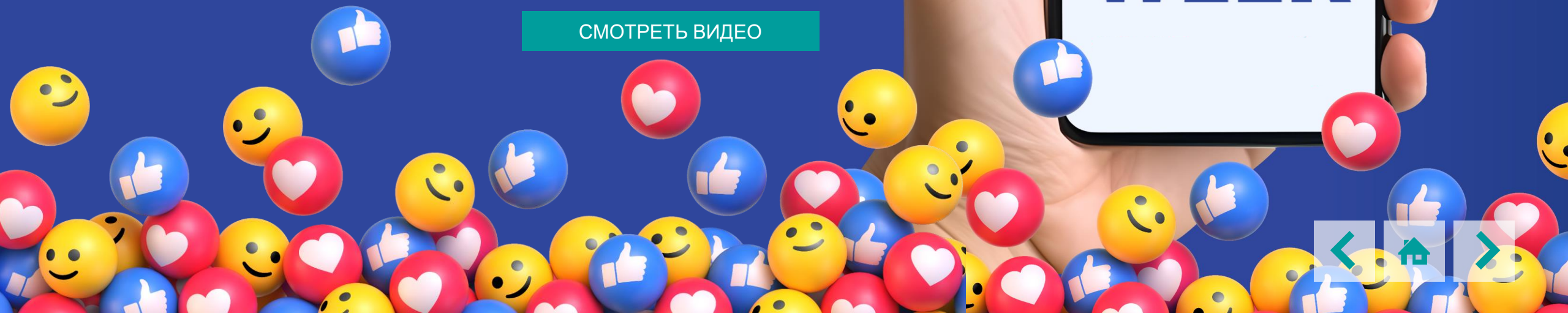
В декабре мы провели марафон «SIA QUIZ WEEK», и наш эксперт Мадина Ярцева в коротких видео рассказала много интересного о социальных медиа и как мы их исследуем:

- [Чем отличаются соцсети и соцмедиа](#)
- [Что такое вовлеченность в понимании исследований в соцмедиа](#)
- [Когда появился термин «социальная сеть», и что он означает](#)
- [Что хуже всего на картинках генерирует искусственный интеллект](#)
- [С чем не может справиться генеративный ИИ](#)
- [Где концентрируется дискуссия в социальных медиа](#)
- [Что означает аббревиатура SIA](#)
- [О чем согласно теории пользователей соцмедиа, хотя бы раз задумывались мужчины](#)

СМОТРЕТЬ ВИДЕО



SIA
QUIZ
WEEK



STORIES. НОВЫЙ ГОД

В центре исследования – взгляд потребителей на новогодние традиции, угощения и многое другое.

Заключительную в 2023 году историю из нашего качественного синдикативного сообщества мы посвятили новогодним традициям.

Мы поговорили с участниками и выяснили:

- Как они готовятся к Новому Году?
- Что для них самое важное на праздничном столе?
- Как они проводят каникулы после праздника?
- О чем бы они попросили Деда Мороза.



История: «ПОДВЕЛИ ШТАНЫ...»

Много лет назад, слышала, что если хочешь привлечь мужчину в свою жизнь, надо в новогоднюю ночь положить мужские штаны под подушку...)))))))

Сделали я и подружка! И в скором времени, как раз в следующем году, встретили мужчин и вышли замуж! И обе достаточно быстро развелись.))) То ли штаны какие-то не такие...то ли еще что-то не доделали...)))))))

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ТОП-5 СТАТЕЙ ЗА 2023 ГОД

Самые читаемые статьи в нашем Telegram-канале

- **ЕСОМ: КАК СТАТЬ ЛЮБИМЫМ?** Анализ сектора онлайн-торговли во время нынешнего кризиса, который подсвечивает напряженность отношений главных участников: маркетплейсов, селлеров и покупателей.
- **CHATGPT И ВОСХОД ГЕНЕРАТИВНОГО ИИ**
В последние годы область генеративного ИИ развивается, но ChatGPT стал первым массово используемым приложением этого типа. Анализируем возможности, которые открывает технология.
- **ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ДНК ВАШЕГО СХ**
Представляем руководство по созданию идеальной клиентской стратегии – независимо от того, начинаете ли вы с нуля или шлифуете то, что уже есть.
- **СЕРИЯ СТАТЕЙ “CONVERSATIONS WITH AI”**
Рассказываем как объединение опыта профи по качественным исследованиям и экспертов по ИИ поможет получить максимальную отдачу?
- **ЗАБОТА О РЕСПОНДЕНТАХ УЛУЧШАЕТ КАЧЕСТВО ИНСАЙТОВ**
Выясняем, что необходимо для получения качественных данных, о чем важно позаботиться при разработке дизайна исследования и опроса.

БОЛЬШЕ СТАТЕЙ



ДАЙДЖЕСТ ОПРОСОВ

Посетите ipsos.ru, чтобы найти самые актуальные результаты исследований..

Данные опросов Ipsos, проведенных в этом месяце в разных странах мира.



КОНТАКТЫ

Выпуски Ipsos Update можно найти на нашем сайте www.ipsos.ru и в социальных сетях.

Свои комментарии и идеи вы можете направить по адресу ipsosnews@ipsos.com или через наш бот [@ipsos_in_russia_bot](https://t.me/ipsos_in_russia_bot)

Подписывайтесь на наши каналы в соцсетях, чтобы узнавать о новых материалах сразу, как они выходят!

TG: Ipsos в России



BK: Ipsos в России

