

IPSOS UPDATE

Обзор лучших статей
и исследований Ipsos
со всего мира

Ноябрь 2023

Ipsos Knowledge Centre

GAME CHANGERS



В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

БУДУЩЕЕ ЗДОРОВЬЯ И ПИТАНИЯ

Индекс Tetra Pak 2023

Ежегодный обзор главных трендов в питании: внимание потребителей к здоровью и устойчивости, диеты, альтернативные продукты и т.д. Также в новом выпуске: сегментация ЗОЖ-потребителей.

ПОТРЕБИТЕЛЬ И ДОМ

Российские данные из обзора трендов Trend Vision 2023

Данные регулярного исследования РосИндекс о восприятии россиянами дома и новых технологий, отношении к товарам ручной работы и поиску новых идей для обустройства.

ESG: ДВОЙНАЯ СУЩЕСТВЕННОСТЬ

Новая модель лидерства

Рассказываем о новом инновационном подходе к ESG, позволяющем преодолеть кажущийся разрыв между материальной выгодой для бизнеса и пользой для людей и планеты.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ И РАБОТА

Российские данные из обзора трендов Trend Vision 2023

Данные регулярного исследования РосИндекс о выгорании, стрессе и нехватки энергии на работе.

ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ

Глобальные данные по 31 стране мира

Глобальное исследование Ipsos показало отношение к психическому здоровью в разных странах, а также многие ли испытывали стресс за последний год и т.д.

ИТОГИ E+ AWARDS 2023

Маркетинговая эффективность

Анализ данных заявок, которые удостоились призовых мест в сезоне 2023 году, разбор реальных кейсов и изменений, произошедших за год.

ЗАБОТА О РЕСПОНДЕНТАХ

Улучшаем качество инсайтов

Выясняем, что необходимо для получения качественных данных, о чем важно позаботиться при разработке дизайна исследования и что нужно учитывать при разработке опроса.

МЕТАВСЕЛЕННАЯ И БУДУЩЕЕ ПУТЕШЕСТВИЙ

5 моментов, которые следует учесть

Ipsos изучил возможное влияние метавселенной на сектор путешествий и туризма на 5 рынках: Саудовской Аравии, ОАЭ, Великобритании, США и Китае.



БУДУЩЕЕ ЗДОРОВЬЯ И ПИТАНИЯ

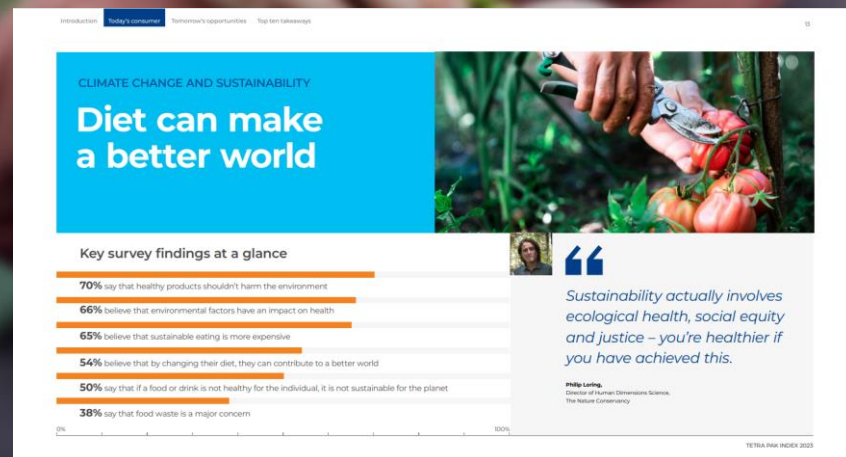
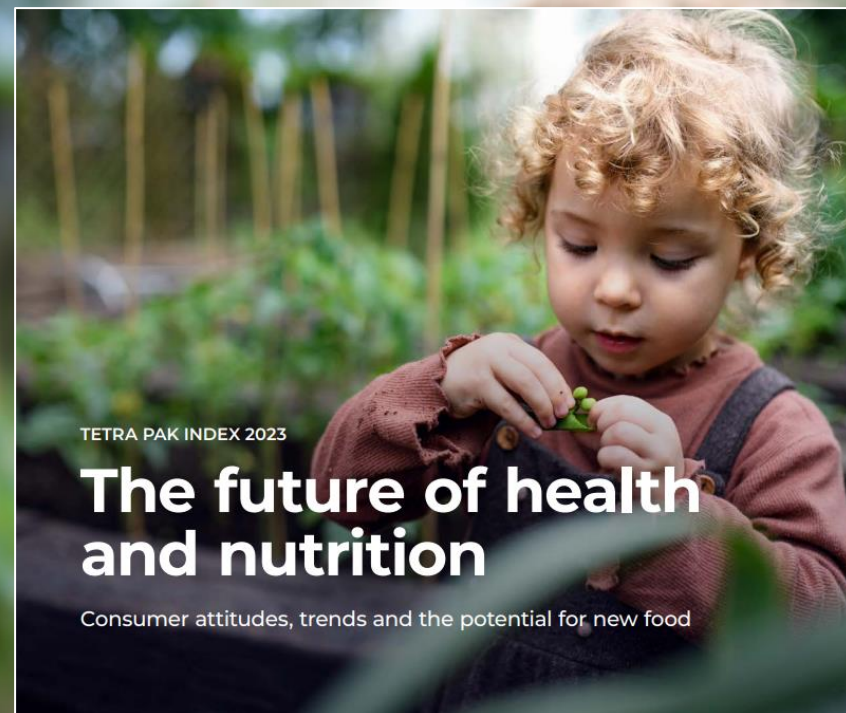
Индекс Tetra Pak 2023

Индекс Tetra Pak 2023 основан на исследовании Ipsos в 10 странах и рассказывает о главных трендах в питании: диетах, климатическом подходе, альтернативных белках из насекомых и многом другом. В отчете также представлена новая сегментация потребителей.

Ключевые выводы:

- Здоровье, в том числе психическое, для потребителей важнее, чем когда-либо.
- Здоровое питание не должно наносить вред окружающей среде.
- Цены беспокоят, но потребители не хотят отказываться от здоровой пищи.
- 54% считают, что могут внести вклад в улучшение мира, скорректировав рацион.
- Потребители с настороженностью относятся к технологиям и инновациям в сфере питания.
- Наступила эпоха sugar-free.
- Персонализированное питание выходит на новый уровень. Бренды создают индивидуальные рецепты для более узких групп в зависимости от возраста и состояния здоровья.
- Устойчивость продовольственных систем требует многомерного мышления, улучшения методов производства продовольствия и инвестиций в технологии и инфраструктуру.
- Какими бы ни были преимущества для здоровья или экологии, потребители не пойдут на компромисс в отношении вкуса.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



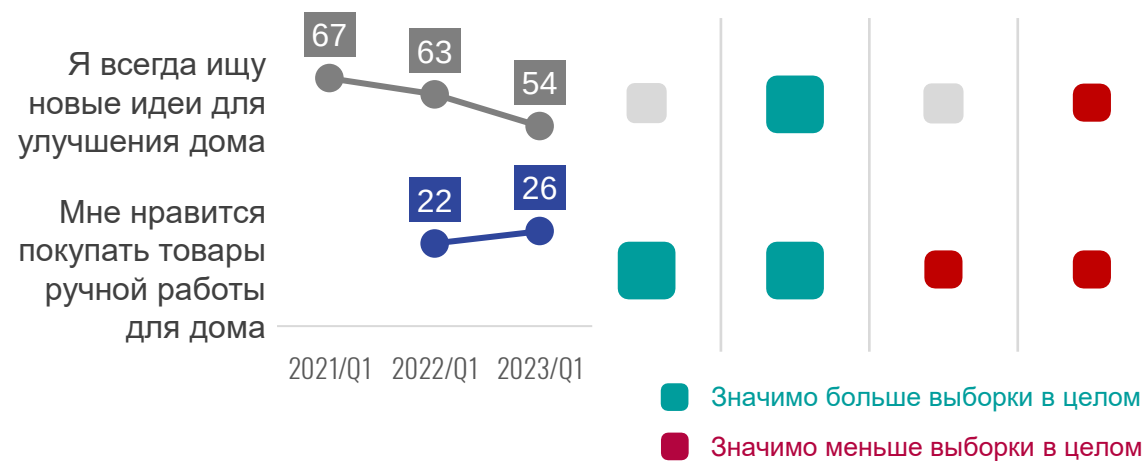
ПОТРЕБИТЕЛЬ И ДОМ

Российские данные из обзора трендов Trend Vision 2023

По данным исследования РосИндекс, за год возросло число россиян, стремящихся наполнить свой дом душевными вещами ручной работы — с 22% в 2022/Q1 до 26% в 2023/Q1.

Такая тенденция связана с усталостью людей от технологий, растущим давлением внешней среды и снижением интереса к общению.

Доля согласных с утверждениями (%)



УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ESG: ДВОЙНАЯ СУЩЕСТВЕННОСТЬ

Новая модель лидерства

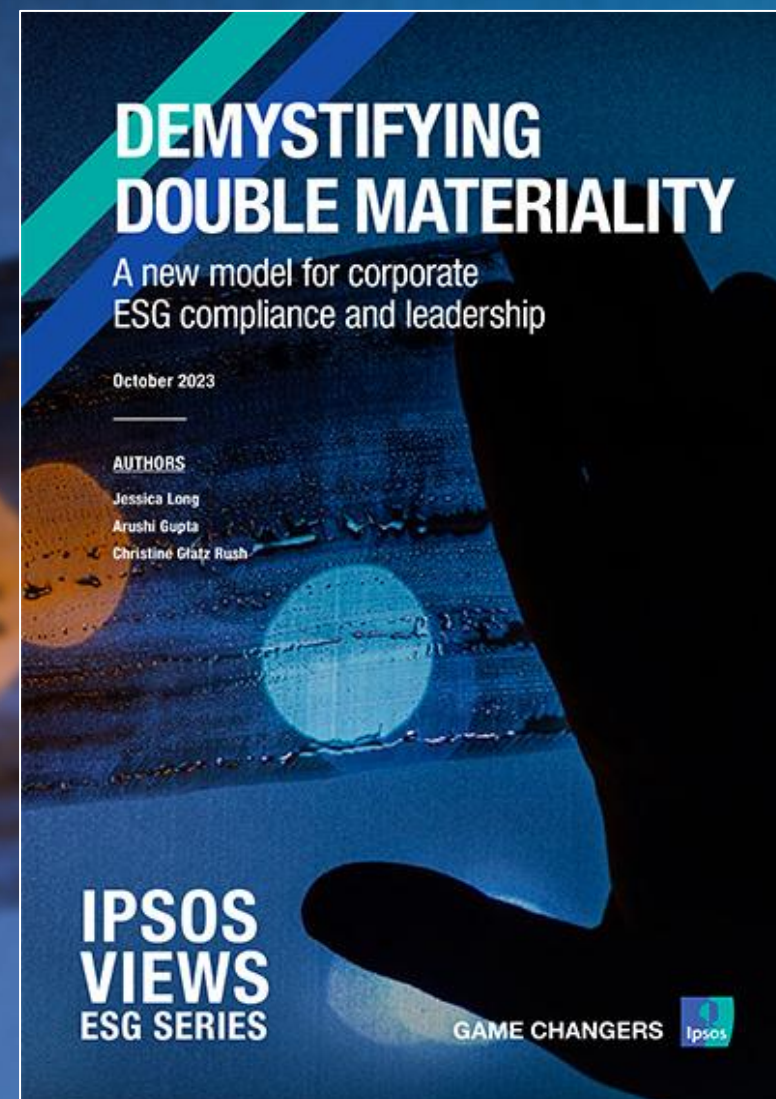
ESG-инициативы (экология, социум, управление) все чаще воспринимаются как необходимость для бизнеса. Однако сомнения в окупаемости таких инвестиций могут повлиять на стратегию и процесс принятия решений. В конечном итоге это приводит к тому, что возникает разрыв между пользой для людей и планеты и материальной выгодой.

Двойная существенность – это одна из последних тенденций в области устойчивого развития, она подразумевает, что компании на равных рассматривают и учитывают финансовую составляющую и воздействие на людей и планету.

Концепция может помочь бизнесу более эффективно расставлять приоритеты при принятии решений и разработке стратегии. Однако она относительно нова, поэтому нет универсального стандартизированного подхода, но есть множество запутанных фреймворков.

В статье «*Demystifying double materiality*» раскрывается процесс внедрения новой концепции, а также рассматриваются основные подводные камни и ограничения традиционных подходов. Описанная в статье инновационная модель позволяет устранить традиционные ограничения и повысить доверие к результатам консультаций со стейкхолдерами.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ И РАБОТА

Российские данные из обзора трендов Trend Vision 2023

По данным исследования [РосИндекс](#) 55% работающих россиян нравится их работа (Q1/2023). При этом примерно каждый второй испытывал на работе стресс и нехватку энергии.

Работодатели все чаще начинают обращать внимание на эмоциональное благополучие своих сотрудников, оказывая им психологическую помощь и организуя дополнительные возможности для отдыха.

Психологическое здоровье на работе (%):



УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

ОДЕЯЛО-КОКОН

ИНСАЙТ >> Спрятаться от мира под одеяло – так поступают люди, когда расстроены и хотят уединиться



РЕШЕНИЕ

Одеяло-кокон – интерьерное решение, в котором даже взрослый может свернуться в позе эмбриона и ощутить себя в безопасности, как некогда в утробе матери.



ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ

Глобальные данные по 31 стране мира

78% в мире считают, что психическое здоровье так же важно, как и физическое. 58% часто задумываются о своем психическом здоровье, причем в Южной Африке и Бразилии этот показатель достигает 75%. При этом в Южной Корее 61% опрошенных думают об этом нечасто или никогда.

Исследование также показало изменения, которые произошли за 3 года, в отношении людей к собственному ментальному здоровью и факторах, влияющих на психическое благополучие.

Стресс становится все более серьезной проблемой. По данным [Ipsos Global Health Service Monitor](#), он на третьем месте среди проблем со здоровьем.

В целом по миру 62% хотя бы раз за год испытывали такой стресс, что это влияло на их повседневную жизнь. 39% брали отгул на работе из-за стресса за последний год, 18% делали это неоднократно.

Женщины чаще говорят, что стресс оказывает влияние на их жизнь. У 36% женщин за год было несколько случаев, когда стресс влиял на повседневную жизнь или они не могли справиться с ним. Среди мужчин показатель только 26%. Женщины также чаще сообщают, что чувствовали грусть/безнадежность почти каждый день в течение нескольких недель и более (30% против 24% мужчин).

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

WORLD MENTAL HEALTH DAY 2023

A Global Advisor Survey

October 2023

GAME CHANGERS



ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД 39% БРАЛИ НА РАБОТЕ
ОТГУЛ ИЗ-ЗА СТРЕССА. ”



ИТОГИ E+ AWARDS 2023

Маркетинговая эффективность

Исследования Ipsos помогают брендам развиваться, улучшать результативность маркетинговых активностей, добиваться успехов на рынке. Мы продолжаем сотрудничество с E+ Awards и помогаем обобщить знания по заявкам, которые удостоились призовых мест в сезоне 2023 году.

В совместном отчете Ipsos и E+ Awards Marketing Effectiveness мы проанализировали данные заявок, поданных в сезоне 2023 года, разобрали реальные кейсы и выявили изменения, произошедшие за год. Мы выяснили, как трансформируется портрет заявителя, как меняются цели компаний, каналы коммуникации,

подходы, бюджеты и т.д., а также отметили, что остается неизменным.

Вот некоторые выводы, к которым мы пришли в отчете:

- Растет значение молодежного маркетинга и роль ситуативного маркетинга.
- Больше фокус на цели роста онлайн-трафика и дистрибуции, меньше — на цели брендинга.
- Наличие социальной цели обретает еще большую важность для успеха.
- Растет результативность ТВ спонсорства.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ЗАБОТА О РЕСПОНДЕНТАХ

Улучшение качества инсайтов

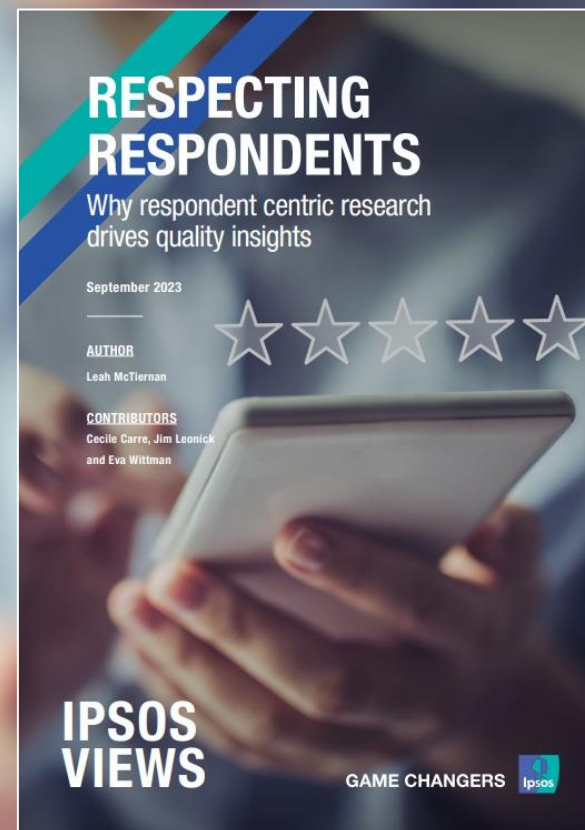
В маркетинговом исследовании участвуют 3 стороны: заказчик, исследовательское агентство и респонденты. Агентство направляет процесс, опираясь на знание, что требуется клиенту для получения эффективных инсайтов. Участники исследований дают нам информацию и данные для анализа и рекомендаций, поэтому клиенты и агентства должны уважать их потребности, чтобы качество данных и рекомендаций было высоким.

Участвовать в исследованиях готовы не все. Из-за ограниченности числа респондентов растет необходимость их стимулировать проходить анкеты до конца. Выясняем, что необходимо для получения качественных данных.

Ключевые выводы:

- Маркетинговые исследования требуют подхода, ориентированного на респондентов, для получения качественных инсайтов и рекомендаций.
- Необходимо вовлекать участников исследования и заботиться о них.
- Важно позаботиться и об удобстве для респондентов. Учитывайте продолжительность опроса, разнообразие вопросов и минимизируйте повторение.
- Нужны продвинутые методы исследований, адаптированные к цифровому миру. Важен динамичный дизайн, ориентированный в первую очередь на мобильные устройства.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



ИДЕАЛЬНЫЙ ОПРОС ЛЕЖИТ НА СТЫКЕ
ЗАБОТЫ ОБ УДОБСТВЕ РЕСПОНДЕНТОВ
И ПРИМЕНЕНИЯ МЕР ПРЕДОСТОРОЖНОСТИ
ПРОТИВ ИХ ПОПЫТОК МАНИПУЛИРОВАТЬ
ДАННЫМИ. ”



МЕТАВСЕЛЕННАЯ И БУДУЩЕЕ ПУТЕШЕСТВИЙ

5 моментов, которые следует учесть

Метавселенная перестает быть просто развлечением и проникает в разные сферы. Команда Ipsos провела исследование среди путешественников, чтобы изучить возможное влияние метавселенной на сектор путешествий и туризма на 5 рынках: Саудовской Аравии, ОАЭ, Великобритании, США и Китае.

Уже сейчас мы можем представить, как метавселенная способна повлиять на будущее путешествий и туризма: от планирования поездки и получения представления о месте назначения и культуре других стран до полного переживания опыта путешествия и даже выполнение недостижимых целей. Мы выяснили, как к этому относятся пользователи.

Ключевые выводы:

- О туризме через метавселенную люди осведомлены лучше, чем можно подумать.
- Метавселенная уже проникла в сферу путешествий.
- Метавселенная меняет процесс планирования путешествий, ведь теперь с ее помощью можно все попробовать перед покупкой.
- Метавселенная дает возможность побывать в недоступных местах.
- Несмотря на потенциал туризма через метавселенную, люди по-прежнему хотят испытывать реальный опыт. Поэтому ключевой момент в использовании этой технологии – расширение, а не замена подлинного опыта путешествий.

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

The Metaverse And The Future Of Travel

Five Things To Consider About
Travel In The Metaverse

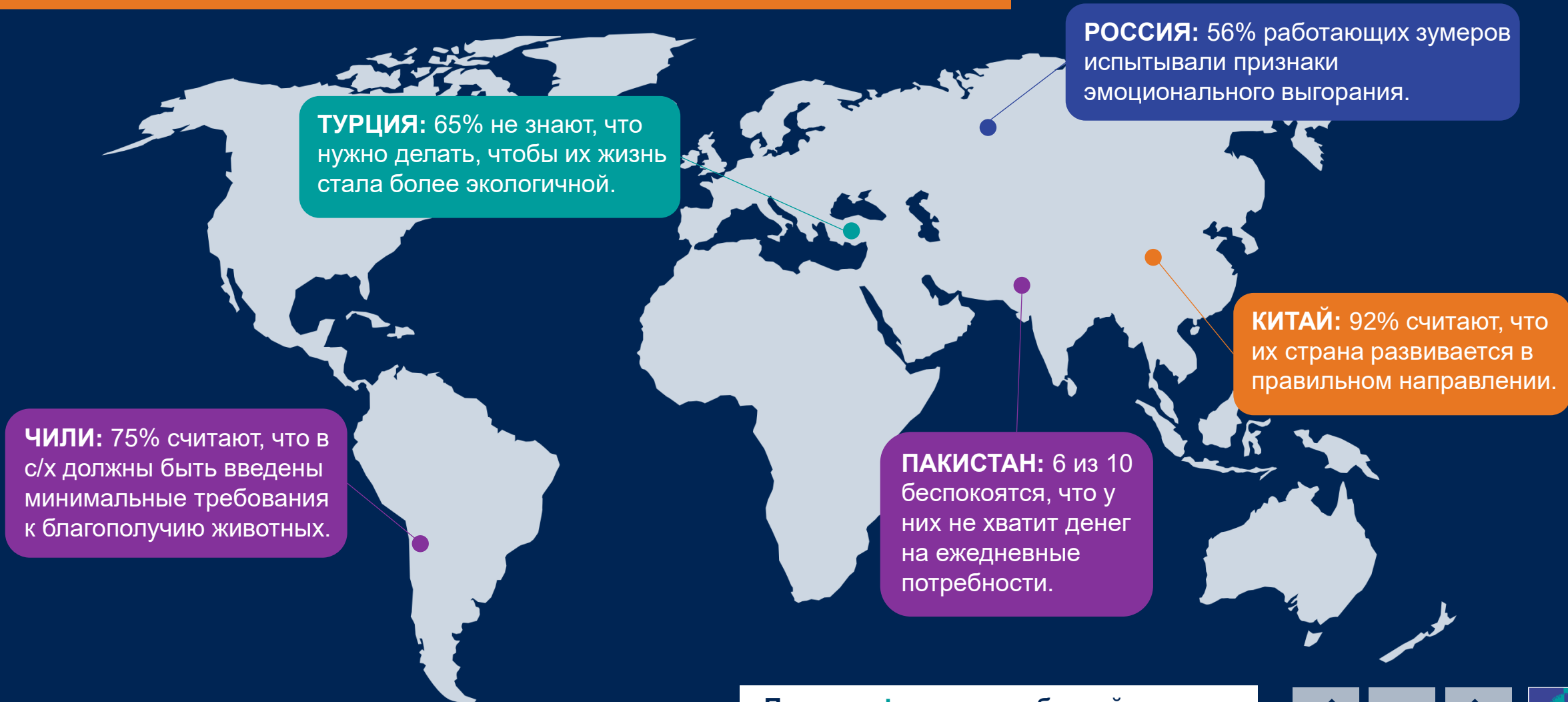
October 2023

GAME CHANGERS



ДАЙДЖЕСТ ОПРОСОВ

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](#)



Ipsos в России



Ipsos in Russia