

ЕВРАЗИЙСКАЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ КОМПАНИЯ WEBKA

ОЦЕНКА ЗДОРОВЬЯ БРЕНДА И ТРЕКИНГ ЕГО ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ



webka.





КТО МЫ?

www.webka-marketing.ru // info@webka-marketing.ru

Webka Marketing - исследовательская компания полного цикла

Быстрый способ получения мнений для эффективных изменений:

- Сегментация потребителей и реальный портрет покупателя
- Получение инсайтов
- Изучение целевой аудитории, ее потребностей, проблем и ожиданий
- Оценка положения бренда и его конкурентов, индекс лояльности
- Бенчмаркинг
- Оценка рекламы и креатива
- Простыми словами, мы проводим опросы

Каким способом мы достигаем результата:

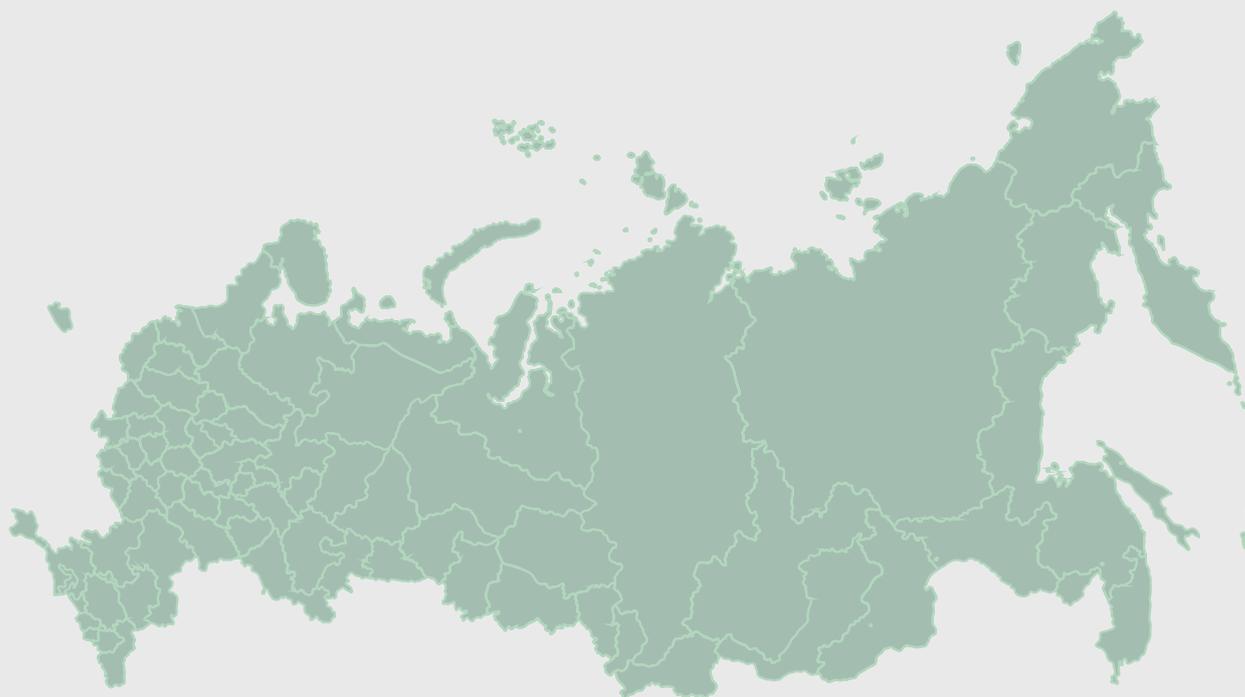
- Телефонные опросы
- Виртуальные исследования
- Глубинные интервью с предварительным рекрутом
- Фокус-группы и концепт-тесты
- Уличные опросы
- Онлайн (CAPI / CAWI)
- Дневниковые исследования и наблюдение
- Тайный покупатель
- Чат - бот



Где проводим **исследования?**

Мы работаем по всей России и во всех странах СНГ и также во Вьетнаме

www.webka-marketing.ru // info@webka-marketing.ru



Для тех, кто ценит время

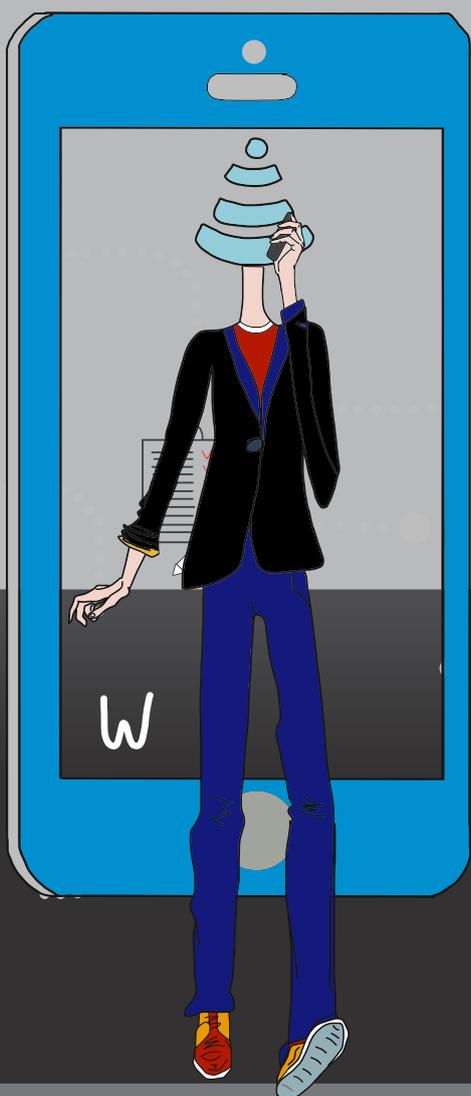
Отличительная особенность нашей компании - мобильность.

В самые короткие сроки мы готовы запустить проект любого масштаба.

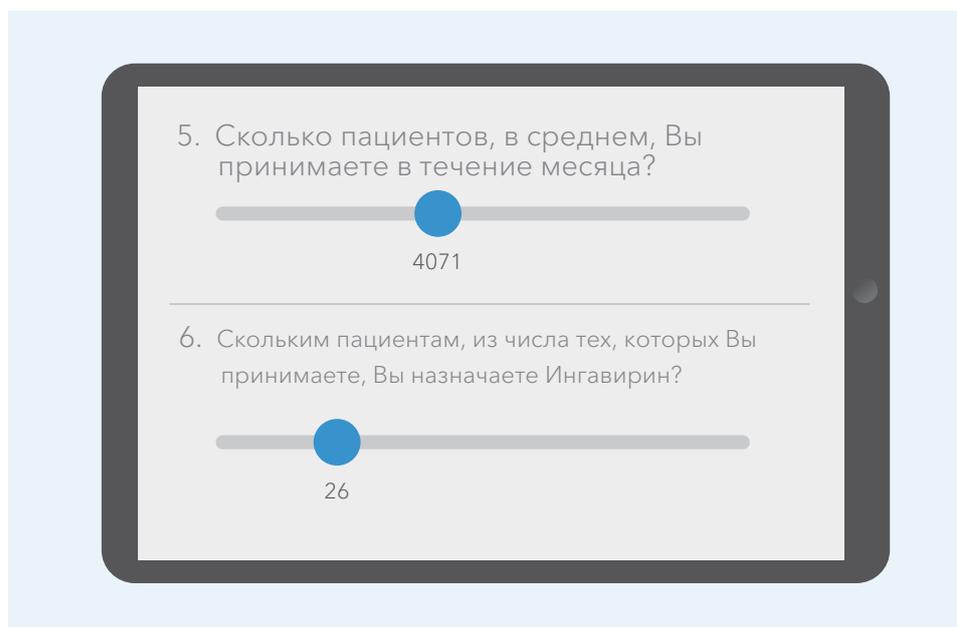
Давайте расскажем, как, а Вы выберите удобный для Вас инструмент:



“ Опросы в телефонном формате — метод количественного сбора данных. Быстрый и сравнительно недорогой инструмент изучения аудитории случайной или адресной выборки



На данный момент телефонные опросы являются наилучшим форматом для получения репрезентативных данных с возможностью проведения в любых, даже самых труднодоступных регионах, где нет возможности провести f2f



5. Сколько пациентов, в среднем, Вы принимаете в течение месяца?

4071

6. Скольким пациентам, из числа тех, которых Вы принимаете, Вы назначаете Ингавирин?

26

Любой исследовательский проект мы рассматриваем как возможность решить тот или иной вопрос на Вашей стороне, поэтому, наше вовлечение в этот процесс крайне важно.

Мы прорабатываем перед запуском все вопросы и запускаем пилотный проект с целью оценки результатов этой работы. Давайте рассмотрим методологии исследований, которые можно упаковать в этот формат:

- Сегментация
- Пенетрация
- Оценка лояльности и удовлетворенности потребителей
- Оценка здоровья бренда / мнение потребителей
- Изучение поведения, привычек и предпочтений конечных потребителей и исследование в формате «Тайный покупатель»



Как формируется база телефонов для опросов?

В зависимости от задачи, мы формируем базы телефонных номеров случайным образом, на основании номерной емкости региона / страны



Преимущества опроса в телефонном формате

Отличные новости! Их достаточно много: в первую очередь, стоит обратить внимание на возможность быстрого запуска проекта в таком формате, при этом, за результатами можно наблюдать по онлайн-ссылке в режиме реального времени еще до полного отчета

Как обеспечиваем качество?

Мы записываем все интервью и даем возможность получить каждую из них для контроля. При этом, наш отдел контроля проводит 100% прослушивание всех интервью. Записи до востребования мы храним целый год



1. Формирование репрезентативной выборки

Если задачей исследования является получение информации по всей генеральной совокупности, то используется статистически репрезентативная выборка, представляющая собой модель изучаемой генеральной совокупности (для этого используется квотирование выборки по полу и возрасту населения и одновременно обеспечивается случайный отбор респондентов в выборку



2. Возможность создавать анкеты со сложной логикой

Логические схемы используются при построении вопросов и ответов со стороны респондентов. Мы создаем бумажную анкету с переходами и далее, переводим ее в формат Онлайн



3. Высокая скорость проведения опросов

Благодаря нашим CATI-студиям и профессиональным интервьюерам, провести опрос можно в самые короткие сроки



4. Контроль ввода данных и качество полей

Просто получать аналитику и данные в процессе реализации проекта



5. Высокая достижимость

В формате телефонного интервью всегда отклик со стороны респондентов выше, нежели в формате онлайн. В нашей компании достижимость всегда >30%



6. Широкий географический охват

Интервью может быть проведено в любом населенном пункте России и СНГ



Наши CATI-студии работают во всех часовых поясах России **в режиме 20 / 7**

Стандартные сроки и этапы проекта:

Разработка анкеты и ее программирование - **1 день**

Проведение телефонного опроса на 1000 респондентов - **10-12 дней**

Аналитика полученных результатов - **до 7 дней**



Концепция исследования в виртуальном формате

В текущее время, когда есть ограничения в связи с коронавирусной инфекцией нового типа, для безопасности респондента и модератора, все исследования проводятся исключительно в виртуальном формате.

Фактически, это тоже интервью с классическим инструментарием, перенесенное в виртуальный формат.

www.webka-marketing.ru // info@webka-marketing.ru

Составляющие проекта

Ниже мы описываем все активности проекта по реализации исследования в формате глубинного интервью с обозначенной целевой аудиторией.

1. Дизайн исследования и разработка гайда

На данном этапе мы разрабатываем гайд по основным вопросам клиента для модератора и формируем визуальные материалы для виртуального класса - аудитории, где будет проведено исследование и готовимся к этапу рекрута респондентов, определяем потенциал нужных нам ЛПУ с высокой активностью со стороны компаний, которые обращаются с необходимостью заключения Договора на оказание медицинских услуг для своих сотрудников помимо ДМС

2. Полное погружение и вовлечение в проект

Для проекта выделяется персональный менеджер со стороны Webka, к которому можно обратиться на любом этапе реализации проекта, в частности, он отвечает за коммуникацию и этапы согласования материалов с Заказчиком, держит прямую связь с командой реализации - ректурами, модераторами, аналитиком.





3. Рекрутинг респондентов для участия в исследовании

Для данной задачи мы подключаем рекрутеров, которые согласно анкете-скринеру отбирают те ЛПУ, которые имеют высокий потенциал, а значит, респонденты смогут предоставить более полную информацию согласно гайду интервью. Мы пригласим респондентов в удобное время в виртуальную комнату. Весь процесс коммуникации с респондентом ведет менеджер и рекрутер. Мы учли основные сложности в работе с данной ЦА - достижимость по данной задаче составляет порядка 10%, это сложная категория рекрута



4. Проведение интервью

Мы приглашаем респондента в назначенное время в аудиторию посредством направления ссылки. Участвовать в глубинном интервью может и Заказчик с любого устройства, включая телефон. При этом, не имеет права вмешиваться в процесс интервью. В случае, если возникает вопрос, который требует ответа со стороны респондента, требуется прямая связь с менеджером, он в свою очередь, передаст информацию модератору. Исследование проводится под запись и в виде результатов в конце проекта направляется клиенту



5. Аналитика

Есть два формата отчетности по проекту: сокращенная и полная версия, они отличаются стоимостью и форматами материалов:

Полная отчетность: транскрипты, формат word, аналитический отчет в форматах PPT и PDF с выводами и рекомендациями, видеозаписи интервью, выгрузка по анкетам в формате xls

Короткая отчетность: транскрипты, формат word, аналитическая записка с выводами в формате PDF, видеозаписи интервью, выгрузка по анкетам в формате xls



Успех любой программы зависит от трех составляющих: информация, формат ее передачи и результаты.



Команда проекта и реализация:



Горячева Елена,
менеджер проекта

Социолог по профессии, опыт реализации качественных и количественных проектов разной сложности 8+ лет



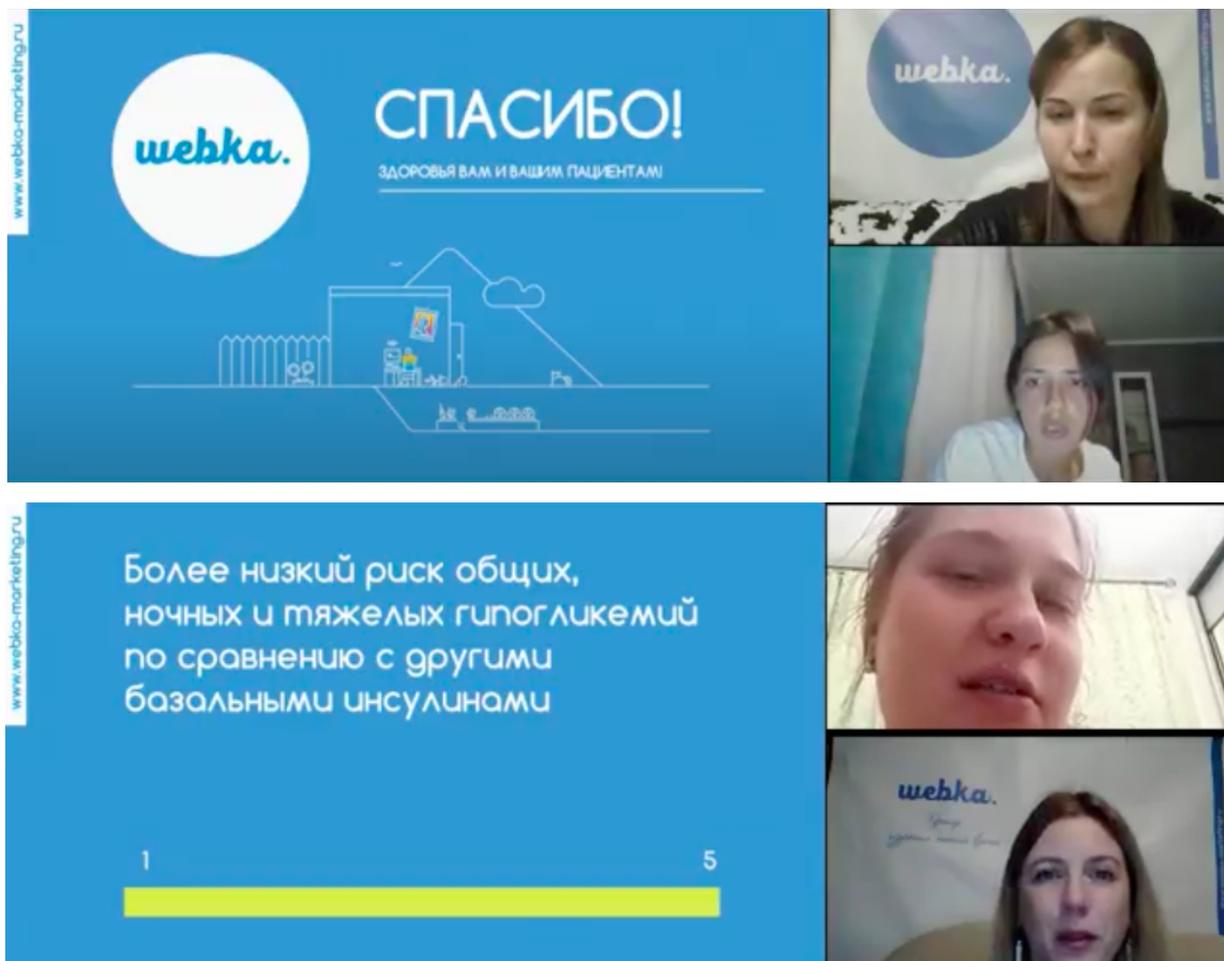
Тихонов Максим,
модератор/аналитик

Социолог по профессии, опыт реализации качественных проектов / глубинные интервью, фокус-группы 17+

Как это выглядит?

Мы не пользуемся общедоступными каналами передачи видео-сигнала, таких как Skype, ZOOM и тд.

Мы работаем с помощью удобной программы Webka MIND, это виртуальный класс, с доской, возможностью демонстрации материалов, карточек, видео и презентаций. После интервью, мы отправляем врачу анкету обратной связи, которая позволит получить более детальную информацию по услугам, за которыми обращается ЮЛ в клинику.





Что требуется, чтобы начать?

Для начала, необходимо определить регионы, в которых Ваши продажи не так высоки или Вы хотели бы увеличить свое присутствие, подумать, какие цели и задачи Вы хотели бы перед нами поставить

Составляющие программы

Этапы подготовки включают в себя полную проработку деталей с целью понять, с помощью каких ключевых сообщений стоит начать проект и какие из них помогут увеличить знание и назначения.



Все просто

Либо мы проводим промоцию и встречи по своей программе, для этого требуется разработка промо-материалов и иных составляющих, либо мы работаем по программе клиента; Это кардинально разные проекты, которые отличаются стоимостью и подходом к работе.

Во втором случае, требуется интеграция в CRM-системы клиента для фиксирования визитов и ведения базы.



Начнем наше знакомство -
все просто



Основная программа и сроки

Ведение проекта 	Менеджмент проекта и коммуникация с клиентом / 12 дн.
Рекрутинг респондентов 	Поиск подходящей ЦА под условия проекта / 5 дн.
Дизайн и разработка гайда 	Разработка пошагового гайда для модератора / 1 день.
Подготовка к интервью 	Этап подготовки и брендирования виртуальной студии / 1 день.
Проведение интервью 	2 интервью в день
Отчетность и транскрипты 	Разработка отчета: Саммари / 2 дня Полный отчет / 5 раб.дней

Дополнительные условия:

Webka ни прямо ни косвенно не сообщает респонденту информации о Заказчике исследования

Евразийская исследовательская компания Webka сертифицирована по стандарту ISO 20252:2019 и действует в соответствии с профессиональными кодексами ESOMAR, EphMRA // Мы гарантируем высокое качество оказания услуг на каждом этапе

Расчет по проекту согласно опциям в отдельном файле:
xls:Расчет стоимости исследования "Обращения юридических лиц в клиники"



Обратите внимание!

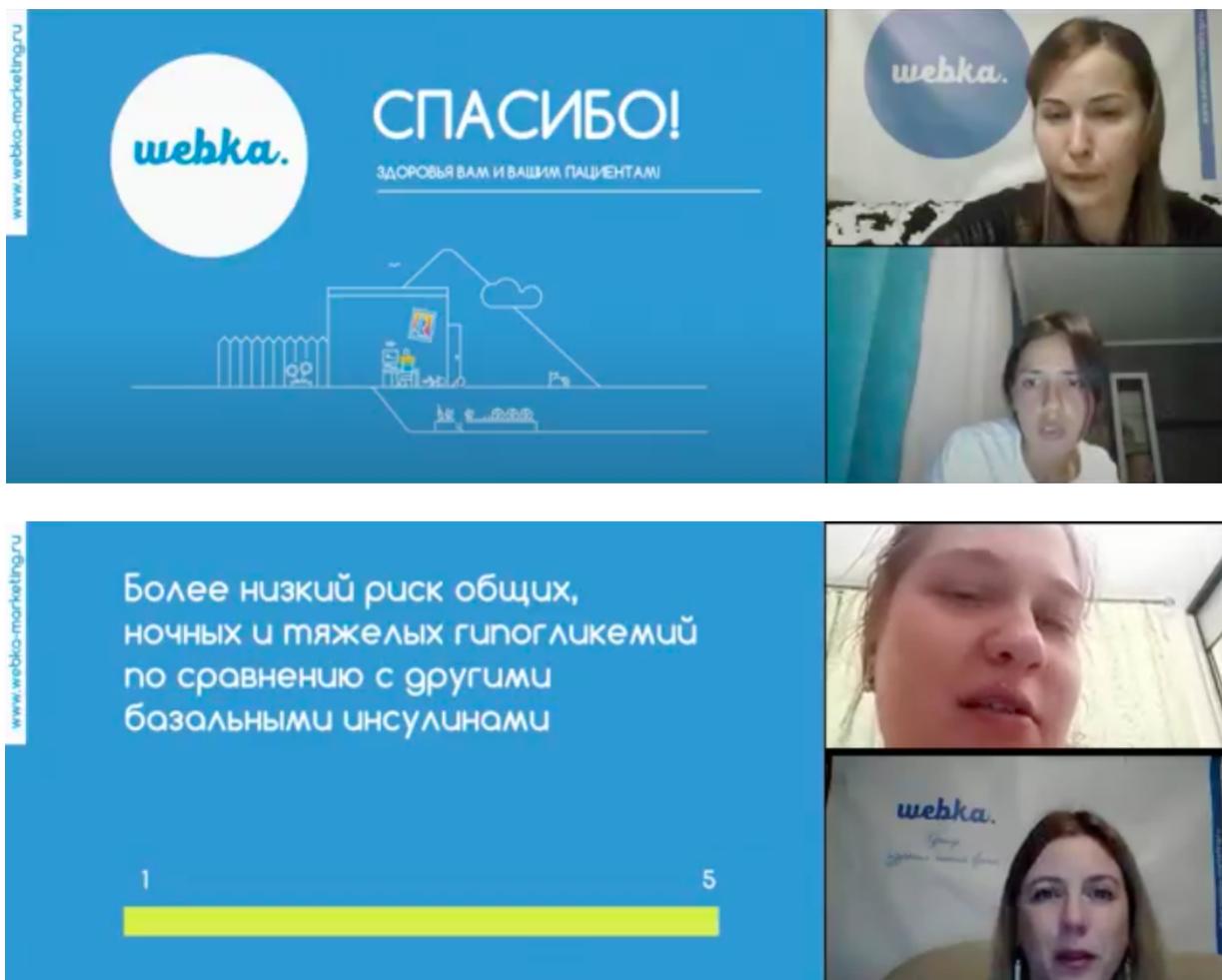
Расчет выполнен в двух вкладках:
- с опцией короткий отчет саммари
- полный отчет в формате PPT и PDF



Как это выглядит?

Мы работаем с помощью удобной программы Webka MIND, это виртуальный класс, с доской, возможностью демонстрации материалов, карточек, видео и презентаций. После визита, мы отправляем врачу анкету обратной связи, которая позволит оценить визит и узнать детали в потребностях на выбор. Так мы готовимся к следующей встрече

Виртуальный визит:



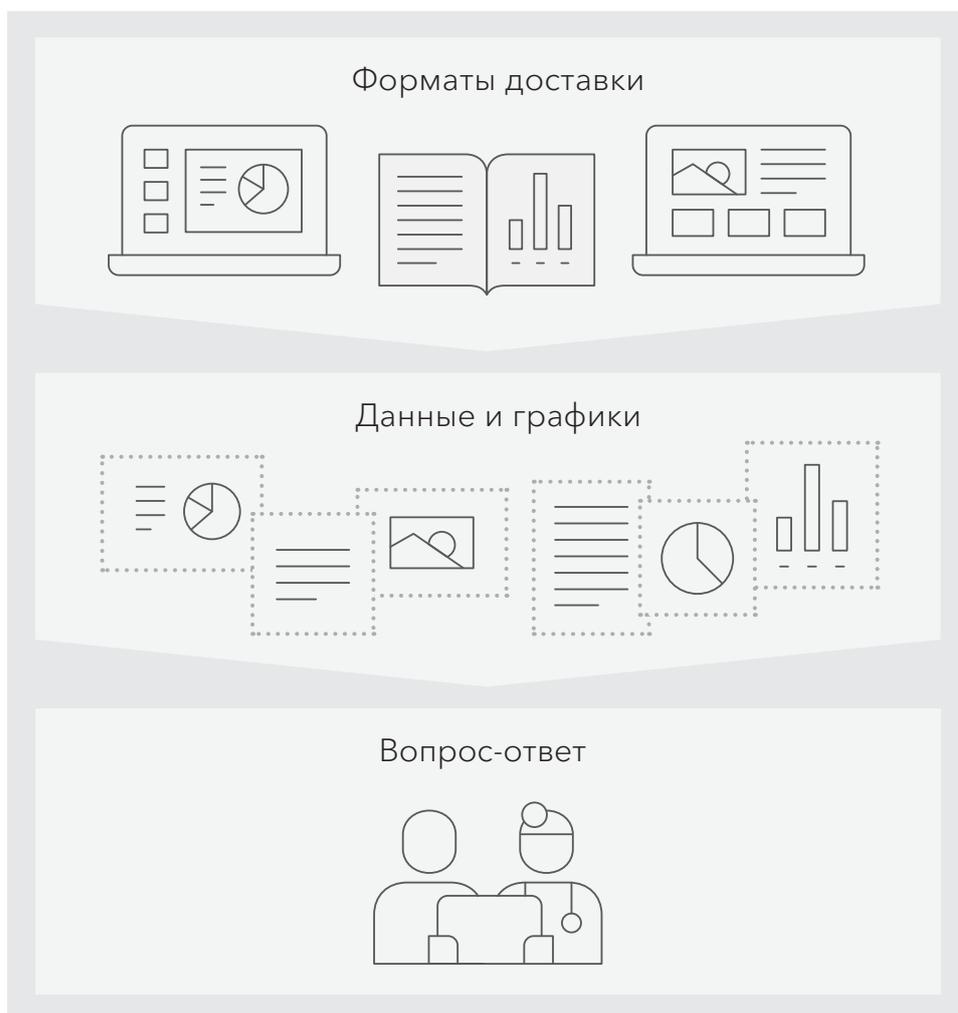


Согласно исследованиям Webka, 56% врачей предпочли бы получить презентации и материалы на электронную почту.

Оставшийся процент - хотел бы получить материалы на бумажном носителе. Это оправдывается возрастом врача, поэтому, идя на встречу, мы можем направлять почтой России нужный материал и в бумажном виде.

Инфоповоды - важная составляющая в работе с врачом

Любую информацию можно упаковать в удобный формат: справочник, рабочую тетрадь, инфографику, сториборд. Клинические исследования, титрация доз и применение для различных категорий больных, дневники самоконтроля и тд. это стандартные запросы врачей. Раз в неделю вполне реально сделать интересную выборку, оформить электронное письмо с ключевыми выводами, приложить материалы и направить врачу - информация заполнит промежутки между встречами и у врача будет почва для беседы и возможно, вопросы



Этапность проекта

Каждая активность имеет свою очередность в программе, что позволит в удобном формате получать информацию и использовать ее «здесь и сейчас».

Первый этап - разработка дизайна проекта: включая выборку, предварительную оценку баз и работа с клиентом по определению проблемных или интересных с точки зрения продвижения, регионов.

По каждому этапу предполагаются отчеты для клиента, аудиозаписи всех разговоров. На данном проекте, в отличие от исследований, мы собираем базу и предоставляем ее Заказчику

Этапы и результаты

Название этапа /месяц	1	2	3	4	5	6
Дизайн проекта	✓					
Разработка материалов	✓	✓	✓	✓	✓	
Телефонное знакомство	✓					
Промо-сайт + видео	✓					
Виртуальный визит / телефонный	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Отчет	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Рассылка смс/e-mail	✓	✓	✓	✓	✓	✓



Стоимость?



Программа состоит из модулей, выберите те, что Вам интересны:

Стоимость варьируется в зависимости от специальности врача и регионов продвижения и рассчитывается по достижимости

Виртуальный визит до 10 мин 	В зависимости от специальности: 1500 - 1700 руб.
Телефонный визит-опрос 	Расчет на 1 врача / 1 звонок - от 1100 до 1500 рублей
Промо-сайт / страница 	Стоимость в зависимости от кол-ва страниц: от 60000 до 120000 рублей
Email / смс 	Стоимость отправки письма 80,01 рублей / смс - 10 рублей
Промо-ролик 	Стоимость full, хронометраж до 3 минут - 60000 руб.
Разработка и обучение 	Стоимость full от 100000 до 180000 руб.

Мы готовы к обсуждению деталей, а Вы?
Узнать больше: www.webka-marketing.ru

шепка.

В ЦИФРАХ:

121640

БАЗА ВСЕХ ВРАЧЕЙ /
РОССИЯ

144

ПРОВЕДЕНО
ПРОЕКТОВ В 2020

43000

БАЗА АПТЕК /
РОССИЯ

- ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛЮБОЙ СТРАНЕ СНГ, В ТОМ ЧИСЛЕ, В РЕСПУБЛИКЕ ВЬЕТНАМ
- БЫСТРЫЙ СБОР ДАННЫХ: ЗАПУСК 2-3 ДНЯ, ОНЛАЙН-ОТСЛЕЖИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ, ПРОГРАММИНГ АНКЕТ
- СОБСТВЕННЫЕ САТІ-СТУДИИ
- ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ И ВЕРИФИКАЦИЯ ДАННЫХ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ СБОРА ИНФОРМАЦИИ
- ВИРТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ ОДНОВРЕМЕННОГО ИЗУЧЕНИЯ МНЕНИЯ ВРАЧЕЙ ПО ВСЕЙ СТРАНЕ





ОМНИКАНАЛЬНОЕ И МУЛЬТИКАНАЛЬНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С ВРАЧОМ И ФАРМАЦЕВТОМ

В современном мире реклама практически не работает. По крайней мере, врач не обращает на нее никакого внимания.

Для специалиста важен личный опыт применения препарата, доверие к Производителю и данные клинических исследований. Мнение коллег и лидеров мнений также важны в выборе той или иной линии терапии.

Информацию о продукте можно передать через медицинского представителя, однако, в виду COVID-ограничений, доступ в большинство ЛПУ запрещен. На смену данному инструментарию, пришли новые и более эффективные форматы – телефонные опросы с выявлением потребностей и потенциала врача к назначению и последующее продвижение с помощью различных каналов коммуникации.

ВОЗМОЖНОСТИ WEBKA:

- ВЕДЕНИЕ ПРОЕКТОВ «ПОД КЛЮЧ», ОТ ЗАДУМКИ ДО РЕАЛИЗАЦИИ
- ВОЗМОЖНОСТЬ ОПЕРАТИВНОГО СБОРА ДАННЫХ И ПРОВЕРКИ РАБОТЫ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
- ОЦЕНКА КЛЮЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ
- ОЦЕНКА КОНЦЕПТОВ, ДИЗАЙНА, УПАКОВКИ
- ПОЛНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА: СОЗДАНИЕ САЙТА, ШОРТРИДЕРОВ, СТОРИБОРДОВ
- УНИКАЛЬНАЯ УСЛУГА НА РЫНКЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ F2F В ФОРМАТЕ ВИРТУАЛЬНОГО КЛАССА



webka.

Маркетинговые исследования и корпоративное обучение

Компания Вебка Компания Вебка основана в 2015 году Сергеем Сурма, специалистом в области цифрового обучения и маркетинговых исследований. Начало карьеры – GFK

За годы работы была создана собственная платформа онлайн – обучения и исследований, которая включает в себя модули виртуальных классов, с возможностью создания опросов, их проведения в телефонном, онлайн и виртуальных форматах. Проведено более 3000 исследований в Беларуси, России, Вьетнаме, Азербайджане по различным направлениям.

Большинство специалистов имеют большой опыт работы с AD-hoc проектами и готовы поделиться уникальным опытом.

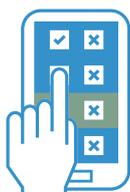
Прежде всего, мы ищем партнерство, для того, чтобы помочь в реализации задач, связанных с проведением маркетинговых исследований и обучением персонала. Большинство исследований проводятся первым этапом, что позволяет собрать информацию о работе сотрудников на местах и в последующем, обучить их тем навыкам, в которых они не эффективны. Услуга Тайный сотрудник – программа тайного ассесмента – авторская разработка компании.

Более детальную информацию вы можете найти на сайте проекта dev.webka.training

webka.

Webka создала и адаптировала свои авторские продукты для проведения маркетинговых исследований в онлайн формате.

- ФОКУС - ГРУППЫ
- ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ
- ОПРОСЫ С ВРАЧАМИ (F2F)
- ХОЛЛ -ТЕСТЫ



Как это проходит:

Виртуальный класс – это система с панелью администратора, управлять всем процессом может 1 человек, за исключением модераторов или интервьюеров. Мы приглашаем респондента (ов) на сессию по e-mail или смс, в назначенное время проводится фокус - группа или виртуальное интервью.



Виртуальные исследования с врачами проводятся с двух форматах:

– Фокус – группа и личное интервью.

Особенности исследований: личное интервью проводится наедине с врачом и интервьюером в видео - формате, мы можем показывать врачу промо – материалы, карточки, заполнять дневники.

При проведении виртуальных фокус – групп, работает модератор и визуализатор в фокус – студии, где модератор ведет группу, а при необходимости, иллюстратор сопровождает ее техникой скрайб.



Мы используем в работе возможность оценки упаковки, материалов, если требуется разработка новых ключевых сообщений по препаратам или новым продуктам, мы приглашаем экспертов отрасли или направления для участия в виртуальной фокус – группе до 25 участников. На холл – тест до 1000 человек. В режиме реального времени работает модератор и иллюстратор.



Респондент может участвовать в исследовании с любого устройства, при этом, он будет наблюдать коллег (если это формат фокус – группы), либо общаться наедине с интервьюером. Респонденту достаточно ссылки, благодаря которой, он сможет попасть в нашу виртуальную студию, при этом, не устанавливая дополнительных приложений.

Сократите расходы, время на подготовку исследования и закажите свое первое исследование в формате Виртуального класса .

Виртуальные Исследования

НАША КОМАНДА

Мы строим команду мечты и верим в то, что наша деятельность при несет плоды нашим клиентам, ведь работая в такой сфере, наша основная задача - проводить «качественные» исследования, во всех смыслах этого слова.



Генеральный директор
Сурма Сергей

Врач - психиатр, тренер - коуч,
эксперт маркетинговых исследований.

Руководит направлением
«Качественные исследования»



Руководитель тендерного отдела
Гамзина Елена

Сопровождение клиентов на
всех этапах коммуникации, управление
отделом клиентского опыта
Опыт реализации проектов 10+



Руководитель проектов
Горячева Елена

Социолог, эксперт в области маркетинговых
исследований, коммуникация с клиентом
на всех этапах



Руководитель проектов
Новикова Влада

Помогает клиентам найти нужный инструмент
для маркетинговых исследований
и корпоративного обучения персонала.

Руководитель Полевого отдела
Иванова Ирина

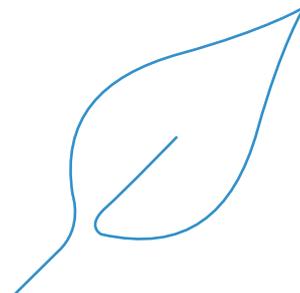
Эксперт в области исследований, работала
над проектами во многих компаниях,
включая ВЦИОМ, НАФИ, TNS и др.

Руководитель CATI- отдела
Сулейманянц Виктория

Эксперт в области медицинского маркетинга,
руководила колл-центром сети клиник
«МераМед» управляет студией Webka
с 2018 года.

Руководитель отдела контроля
Дроздова Оксана

Партнер компании, руководит отделом
контроля, помогает клиентам сформировать
аналитику и закрыть проекты



Партнеры и клиенты

webka.

Наши любимые
Маркетинг по - дружбе



QR - КОД



teva

IQVIA™



abi

Grab



NovaMedica

ЭНЕРГОМЕРА

Более 1000 проектов среди врачей
Репчеки, опросы по визитам представителей,
message recall, в форматах CATI и личный визит

Более 50+ проектов Retail
Потребительские опросы, магазинные исследования,
аудит остатков и опросы покупателей

Более 700 проектов Тайный покупатель
Визиты в ЖК, магазины, такси

Более 30+ проектов Финансовые исследования
Исследования «Бизнес - инкубатор, Бизнес - самочувствие»,
политические опросы

Контактная информация

ООО «Колл - центр Вебка», ИНН 7720411279

Москва, Мартеновская, 5/1 оф/54

Tell: + 7 499 706 00 45

E-mail: sales@webka-marketing.ru

 info@webka-marketing.ru

www.webka-marketing.ru

Кейсы и презентации

Бизнес - кейсы, коммерческие предложения
можно запросить у менеджера проектов:

Влада Новикова, +7 499 706 00 45 доб.200

v.novikova@webka-marketing.ru

e.gamzina@webka-marketing.ru

www.dev.webka.training