



**Высококачественные  
маркетинговые  
исследования**

# О компании

# Кто мы?

**Profi Online Research™** – это первая российская компания, которая специализируется на проведении маркетинговых исследований, базирующихся на передовых технологиях.

**Profi Online Research™** - компания, которая предоставляет полный комплекс маркетинговых исследований потребительских товаров, B2B исследования, изучение отдельных сегментов рынка с применением качественного, количественного подходов, а также сбора и анализа вторичной информации.

**Profi Online Research™** входит в международную европейскую ассоциацию исследовательских агентств Esomar ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)), членство в которой уже является гарантией качества предоставляемых услуг.



**ESOMAR Member**

# Что мы делаем?

## Мы занимаемся:

- Изучением потребительского поведения;
- Исследованиями имиджа компаний и брендов;
- Оценкой эффективности рекламных и PR-кампаний;
- Исследованиями рынка товаров и услуг, разработкой креативных концепций;
- Разработкой и проведением Онлайн тестирований различных промо материалов, рекламных концепций, названий продукта, его упаковки и др.

## Мы помогаем клиентам:

- Выйти на новый рынок;
- Успешно вывести новый продукт/ услугу;
- Провести репозиционирование продукта/услуги или бренда;
- Увеличить и удержать занимаемую рыночную долю;
- Повысить эффективность рекламной кампании;
- Провести тестирование креативных концепции.

Респонденты  
из стран СНГ:

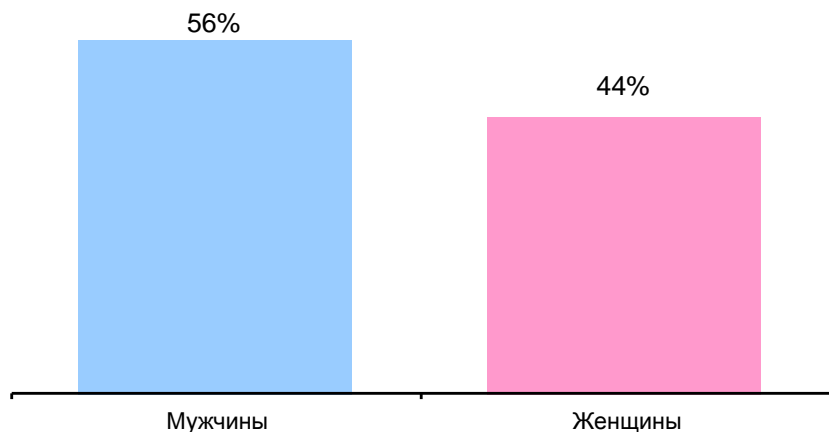
Украина /30,000/  
Беларусь /6,000/  
Казахстан /2,000/



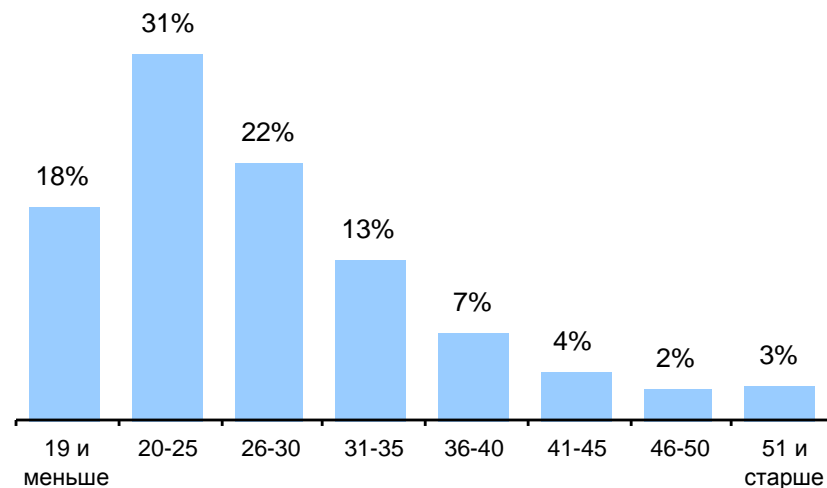
Наша панель, составляющая 296 000+ человек, позволяет проводить высококачественные и репрезентативные маркетинговые исследования в городах с численностью населения 100 000+

# Наши респонденты

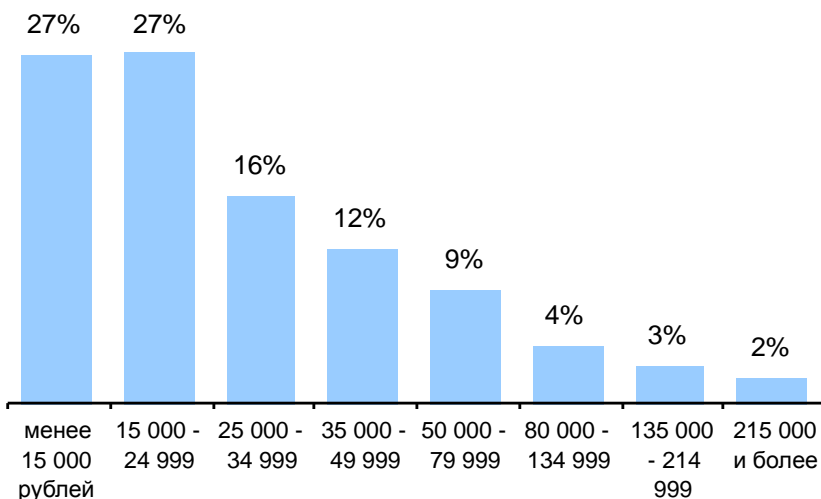
## Пол



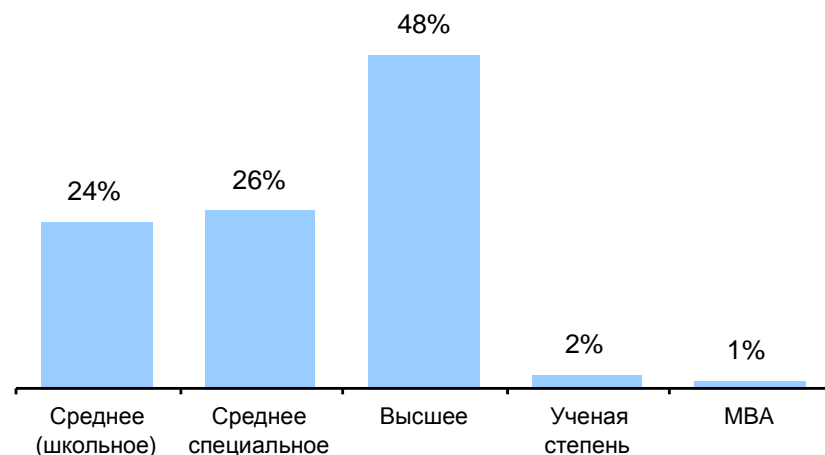
## Возраст



## Личный доход (в месяц)



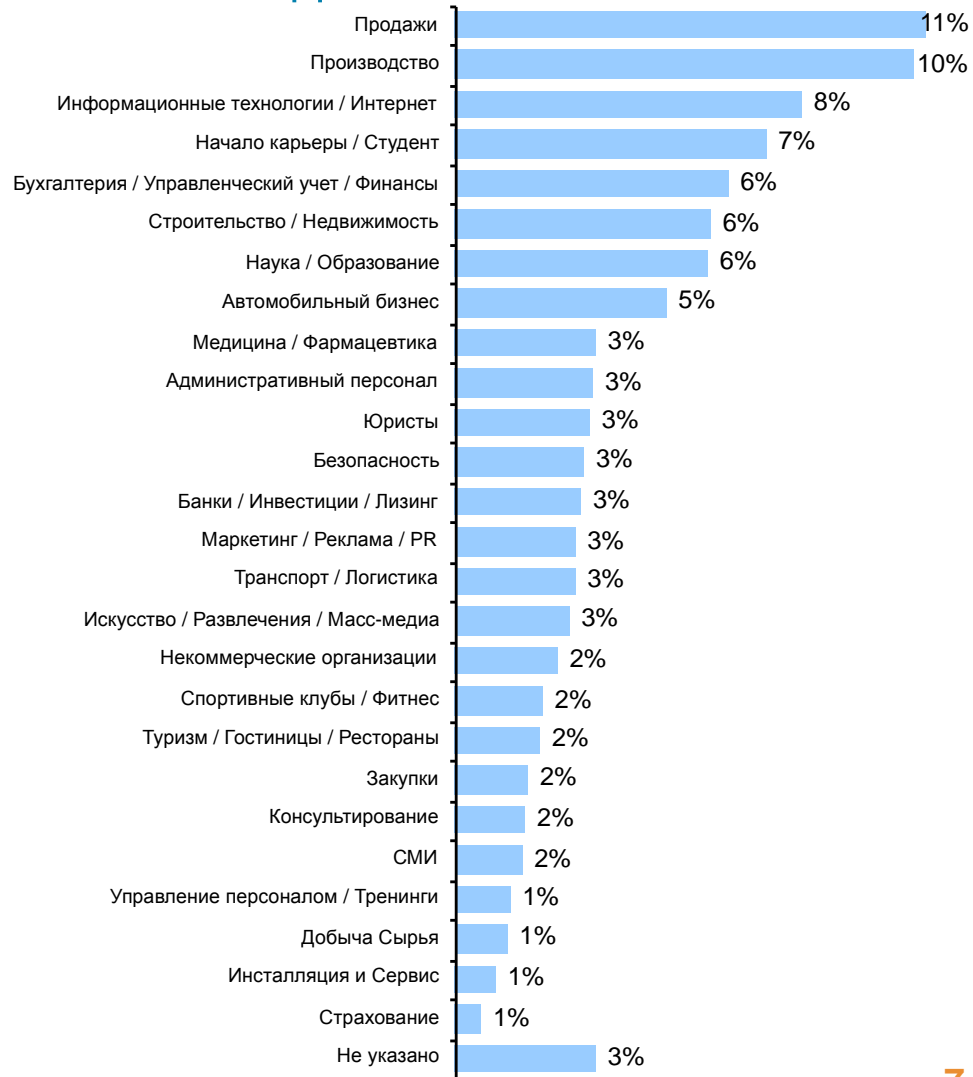
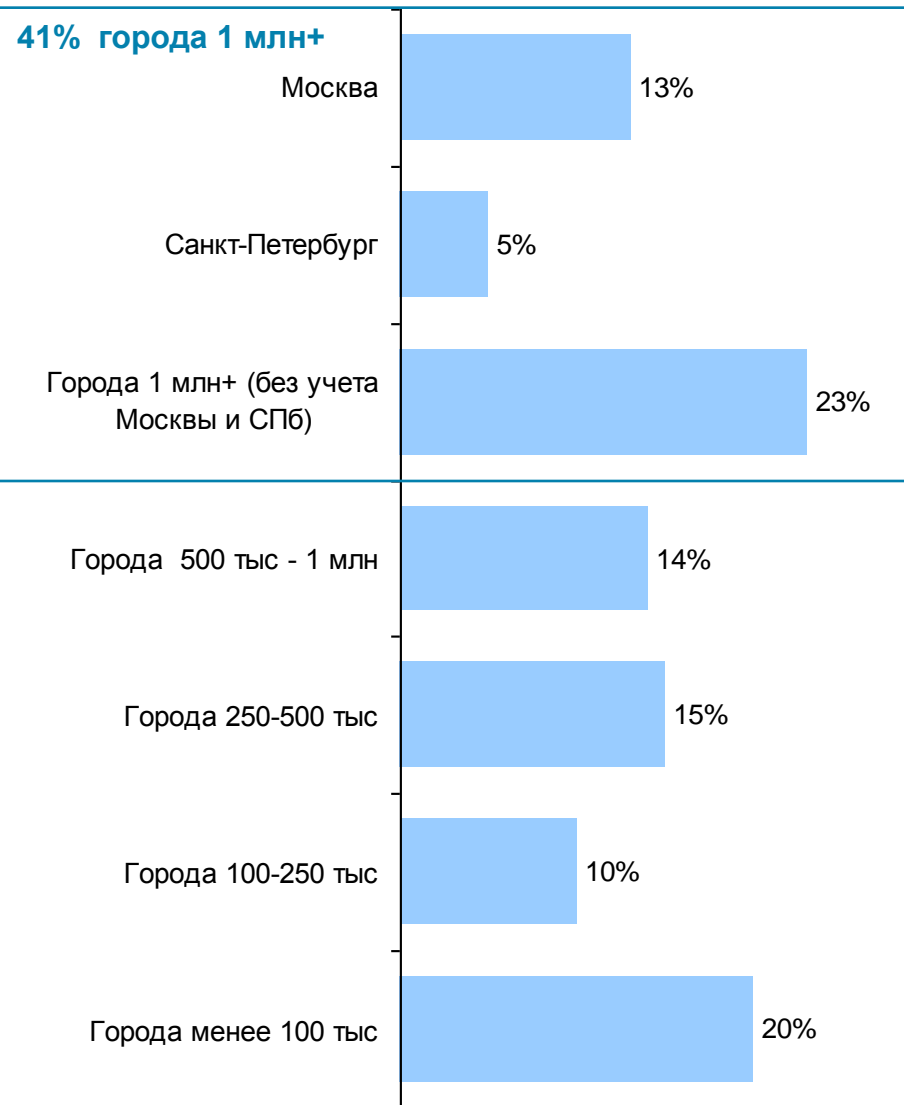
## Уровень образования



# Наши респонденты

## Структура панели по типам городов

## Структура панели по сферам деятельности




# Технические возможности

Интервью может быть реализовано в формате видео- или текстового чата с модератором.


Интервью № 37


**Тема: Сравнение новой и старой упаковок шоколада**



старая упаковка

новая упаковка

 alex55, 27.01.09 в 15:46  
Меня только что уволили. Говорят, что сократили. Я сказал, что готов уйти по Трудовому законодательству. Объясняют, что заплатят только белую зарплату. Я сказал, что так не пойдет и я буду добиваться выплаты полной суммы. Вот только как это грамотно сделать не знаю.

 Moderator, 27.01.09 в 15:49  
В Питере есть такая замечательная контора. Им говорили: сдайте ноуты рабочие, после этого выплатим зарплату. Естественно все работали там с серой зарплатой. Ну человек приходил сдавал ноут как умная машина, а ему говорили, всё извини, последний месяц ты плохо работал. До свидания. Не понятна конечно русская доверчивость, почему на одни и те же грабли несколько раз наступали. Надо был просто не приходить туда, а ноут себе оставить.

Участники  
alex55  
Moderator

отправить

Модератор имеет возможность по ходу интервью показывать респонденту фото, видео и рекламные материалы, а также выводить небольшие анкеты.

Заказчик имеет возможность присутствовать на интервью незаметно для респондента и отправлять сообщения модератору.

Полный транскрипт интервью доступен сразу же после завершения.

**Online фокус-группы проводятся с привлечением респондентов из собственной панели Profi Online Research.**

**Респонденты проходят несколько этапов отбора, прежде чем получить приглашение на участие в фокус-группе:**



**Предварительный отбор по профилю (соц-дем + 20 дополнительных параметров)**



**Отбор по респондентов по скриниговой анкете**



**15-минутное личное общение с модератором, для того чтобы оставить 8-10 человек для участия в фокус-группе**

На этапе общения из 12-15 человек модератор выбирает наиболее интересных участников

Online фокус-группы проводятся на сайте компании Profi Online Research с использованием собственного программного обеспечения.

Программное обеспечение позволяет всем заинтересованным лицам наблюдать за ходом фокус-группы и общаться между собой.

кабинет респондента



кабинет модератора



кабинет клиента



Респонденты участвуют в чате, который позволяет общаться с модератором и другими участниками фокус-группы, а также просматривать любые картинки, ролики и задания.

Фокус-группа №37

**Тема: Сокращение кадров в кризисный период**

Каждый участник должен рассказать о проблемах, случившихся при увольнении с полудненого места работы.

Рассказываем друг за другом, по списку участников.



alex55, 27.01.09 в 15:46

Меня только что уволили. Говорят, что сократили. Я сказал, что готов уйти по Трудовому законодательству. Объясняют, что заплатят только белую зарплату. Я сказал, что так не пойдет и я буду добиваться выплаты полной суммы. Вот только как это грамотно сделать не знаю.



skpss, 27.01.09 в 15:49

В Питере есть такая замечательная контора. Им говорили: сдайте ноуты рабочие, после этого вы заплатим зарплату. Естественно все работали там с серой зарплатой. Ну человек приходил сдавал ноут как умная машина, а ему говорили, всё извини, последний месяц ты плохо работал. До свидания. Не понятна конечно русская доверчивость, почему на одни и те же грабли несколько раз наступали. Надо был просто не приходиться туда, а ноут себе оставить.

Участники

Andrey  
alex55  
fire  
Moderator  
opossum  
skpss  
zed

Фокус-группа №37

**Тема: Сокращение кадров в кризисный период**

Посмотрите представленный ролик



alex55, 27.01.09 в 15:46

Меня только что уволили. Говорят, что сократили. Я сказал, что готов уйти по Трудовому законодательству. Объясняют, что заплатят только белую зарплату. Я сказал, что так не пойдет и я буду добиваться выплаты полной суммы. Вот только как это грамотно сделать не знаю.



skpss, 27.01.09 в 15:49

В Питере есть такая замечательная контора. Им говорили: сдайте ноуты рабочие, после этого вы заплатим зарплату. Естественно все работали там с серой зарплатой. Ну человек приходил сдавал ноут как умная машина, а ему говорили, всё извини, последний месяц ты плохо работал. До свидания. Не понятна конечно русская доверчивость, почему на одни и те же грабли несколько раз наступали. Надо был просто не приходиться туда, а ноут себе оставить.

Участники

Andrey  
alex55  
fire  
Moderator  
opossum  
skpss  
zed

Задания  
Ролики  
Картинки

Чат

Список  
участников

Поле для  
ввода  
текста

Респонденты участвуют в фокус-группе, находясь у своего компьютера. Все материалы, предлагаемые модератором, оптимизированы для просмотра при любом типе соединения. Респонденту для общения требуется не больше трафика, чем при использовании ICQ

# Кабинет модератора

Модератор ведет фокус-группу по согласованному гайду, точно также как и при проведении обычной фокус-группы. При подготовке модератор загружает в систему все необходимые видео-, фото- и аудио-материалы. По ходу фокус-группы модератор выводит и убирает те или иные картинки.

Загружаемые  
картинки и  
ролики

Задания  
Ролики  
Картинки

Чат

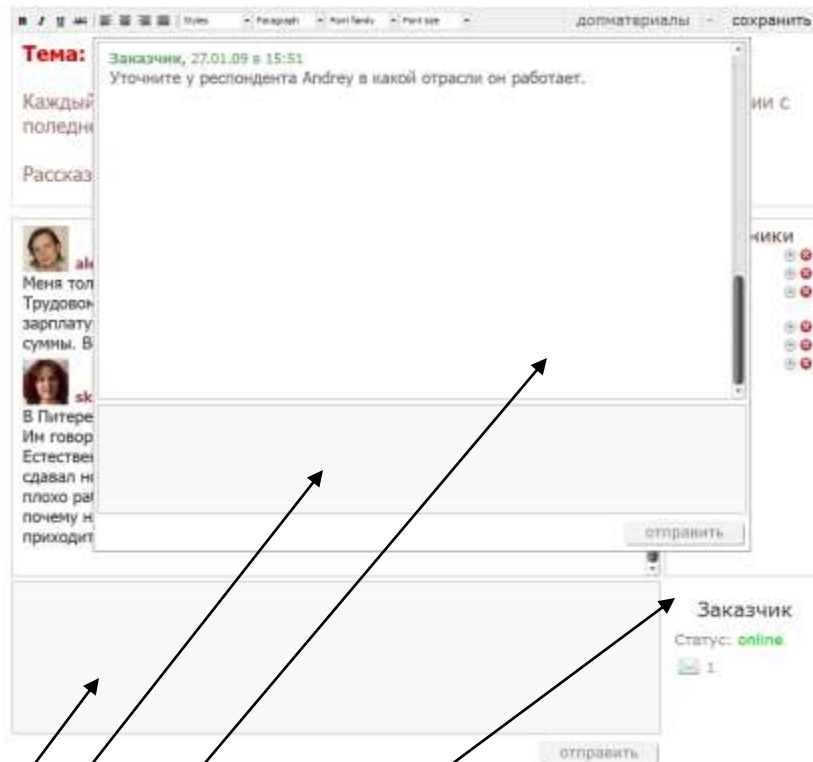
Список  
участников

Поле для  
ввода  
текста

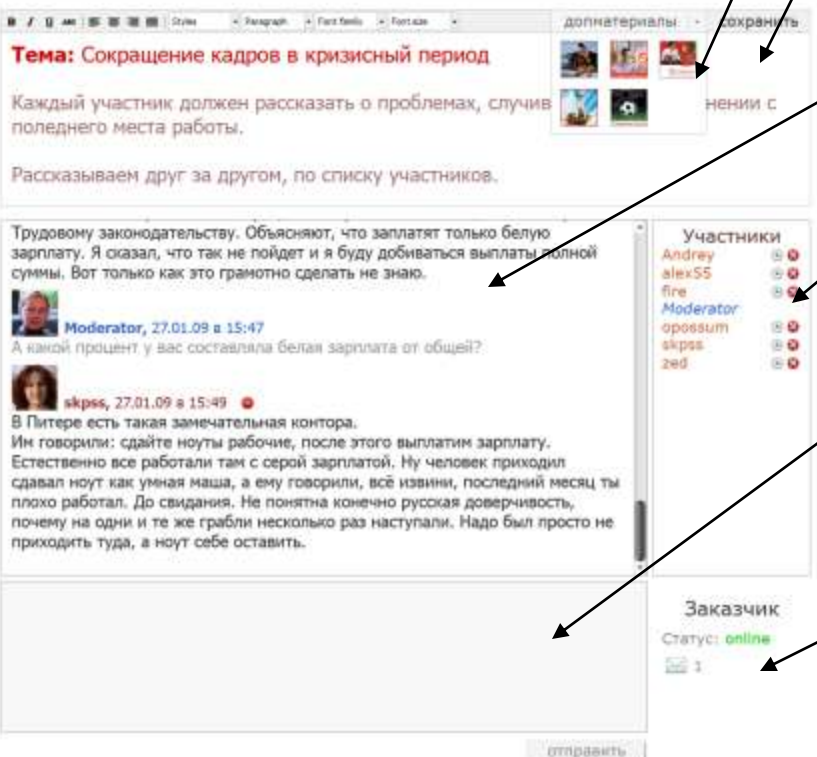
Чат с  
заказчиком

Модератор по ходу фокус-группы имеет возможность общаться с клиентом, а также получать его комментарии.

Фокус-группа №37



Фокус-группа №37



Клиент наблюдает за фокус-группой со своего компьютера из любой точки мира. Он видит весь ход дискуссии и все предлагаемые модератором материалы.

Фокус-группа №37



Задания  
Ролики  
Картинки

Фокус-группа №37

**Тема:** Сокращение кадров в кризисный период

Каждый участник должен рассказать о проблемах, случившихся при увольнении с полудня места работы.

Рассказываем друг за другом, по списку участников.

Чат

alex55, 27.01.09 в 15:46  
Меня только что уволили. Говорят, что сократили. Я сказал, что готов уйти по Трудовому законодательству. Объясняют, что заплатят только белую зарплату. Я сказал, что так не пойдет и я буду добиваться выплаты полной суммы. Вот только как это грамотно сделать не знаю.

skps, 27.01.09 в 15:49  
В Питере есть такая замечательная контора. Им говорили: сдайте ноуты рабочие, после этого выплатят зарплату. Естественно все работали там с серой зарплатой. Ну человек приходил сдавал ноут как умная машина, а ему говорили, всё извини, последний месяц ты плохо работал. До свидания. Не понятна конечно русская доверчивость, почему на одни и те же грабли несколько раз наступали. Надо был просто не приходить туда, а ноут себе оставить.

Список участников

Участники  
Andrey  
alex55  
fire  
Moderator  
opossum  
skps  
zed

Чат с модератором

Moderator  
Статус: online  
0

Moderator  
Статус: online  
0

Клиент имеет возможность общаться с модератором по ходу дискуссии.



Позволяет избежать недостатков традиционных фокус-групп («ложное одобрение», искажающее результаты исследования при выводе нового продукта/ услуги на рынок, тестировании новой концепции, упаковки и т.д.)



Возможность проведения фокус-групп во всех регионах одним модератором в сжатые сроки и без доп.командировочных расходов



Возможность быстро минимизировать влияние конкретного участника

Возможность участия в рамках одной фокус-группы респондентов из разных регионов, в том числе из разных часовых поясов



Возможность проведения фокус-группы в удобное для заказчика время (даже в дальних регионах)



Возможность «присутствия» заказчика на всех фокус-группах без доп.командировочных расходов



Транскрипт проведенной дискуссии доступен сразу после ее завершения

Ниже стоимость реализации проекта по сравнению с традиционной фокус-группой



Общение заказчика с модератором (уточнения, доп.вопросы) происходят в более удобной форме и незаметны для респондентов (без приостановки дискуссии)

Онлайн фокус-группы с возможностью видео трансляции отличаются от вышеописанных тем, что все респонденты и модератор имеют web-камеры и имеют возможность видеть друг друга в прямом эфире.

Подобная опция позволяет наиболее приблизить онлайн фокус-группу к реальной.



Электронный дневник, который в определенные промежутки времени заполняет респондент, создается в закрытой директории.

В дневниковом исследовании участвуют респонденты, которые предварительно прошли скрининг

Дневниковое исследование: Грипп осенью 2008 Сегодня 22 ноября - 6й день

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14

1. Как Вы себя чувствуете сегодня?


2. Какие препараты Вы сегодня принимали?


аналгин

аспирин

цитрамон

3. Какой вкус "Колдрекса" Вам больше нравится?





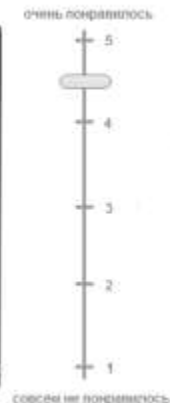
При проведении такого исследования автоматически фиксируется **время и день каждого заполнения**, что позволяет гарантировать необходимую **регулярность**.

На каждой странице дневника можно размещать различные типы вопросов, а также фото- и видео- материалы

Видео материалы могут быть вмонтированы в абсолютно любой фон.

Респондент может просматривать ролик в обстановке, приближенной к реальной: в зале кинотеатра, дома на диване, на ноутбуке или смартфоне.

Насколько вам понравился этот видеоролик?



Какие из этих рекламных роликов вы видели перед просмотром фильма "Шопоголик"?



- реклама МТС
- реклама фильма "Возвращение мушкетеров"
- реклама нового Volvo s40
- реклама Сбербанка "я тебе, конечно, верю"
- реклама Intouch
- Другие ролики

Таким же образом можно тестировать аудио материалы. Звуковые файлы можно вмонтировать в iPod и респондент сможет прослушивать музыку как привык.

Для прослушивания аудио рекламы можно имитировать радио поток тех радиостанций, на которых планируется запускать кампанию, с врезками рекламных блоков

Видео ролики можно представить в виде плазменной стены, разделенной на много экранов и определить по каким экранам кликают респонденты или спросить после показа, какие ролики привлекли внимание респондентов.

Какие из этих рекламных роликов вы видели перед просмотром фильма "Шопоголик"?  
Кликните по тем роликам, которые вы видели



Какие из этих роликов вы видели перед фильмом "Шопоголик"?



видел

не видел

далее

Видео ролики могут быть импортированы в реальную программу телепередач тех телеканалов, на которых планируется размещать рекламную кампанию.

Видео ролики можно представлять не только в виде готовых работ, но и тестировать на этапе разработки.

Можно показать респонденту «раскадровку» с описанием или без него и выяснить, насколько такой ролик будет отвечать поставленной задаче.



Оцените по пятибалльной шкале насколько Вам понравится такой ролик

1  2  3  4  5

Повлияет ли такой ролик на Ваше восприятие качества сгущенного молока?

Да  Скорее да  Скорее нет  Нет

Посмотрите внимательно ролик, который планируется снимать. Что рекламируется в этом ролике?

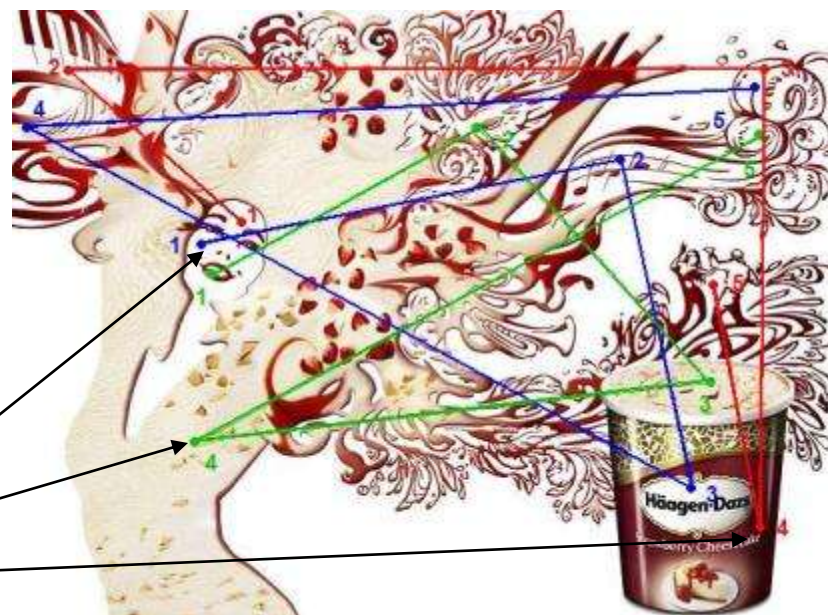


**Клик-тест** позволяет проследить, какие элементы рекламы привлекают внимание респондентов больше всего

С помощью клик-теста можно тестировать рекламные материалы, упаковку, содержание и дизайн книг и журналов, Интернет-сайты.



Клики  
респондентов



Респонденту дается задание сделать один или несколько кликов по картинке.

Автоматически можно засекать один клик или их последовательность, что позволяет проследить траекторию движения взгляда респондента по рекламе или выделить наиболее привлекательные области.

## Тестирование креатива

Респондент имеет возможность передвигать или удалять элементы рекламы, писать текстовые комментарии и рисовать.



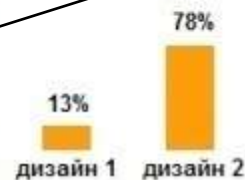
Посмотрите внимательно на рекламу. Насколько вам понятен ее смысл? Насколько вам нравится эта реклама?  
Ваша задача сделать ее максимально понятной, для этого вы можете удалять и перемещать элементы и делать пометки. Для творчества используйте инструменты, расположенные в углу экрана



Тестирование, разработка и/или доработка креативных концепций, рекламных материалов и т.п. может быть реализована с помощью респондентов, которым предлагается посмотреть и дополнить макеты своими комментариями и правками.

С помощью клик-теста можно протестировать, насколько новый дизайн продукта будет узнаваем в условиях магазина, когда вокруг стоят другие товары. Также эта методика позволяет оценить, насколько новый дизайн будет более привлекательным для клиентов, чем старый.

Найдите, пожалуйста, на полке магазина все напитки марки Schweppes.  
Найдя нужные напитки, кликните по бутылке.



Неверный  
выбор

Верный  
выбор

# Ранжирование

С помощью ранжирования респондент может выбрать наиболее привлекательные варианты дизайна, логотипа, упаковки, вкусов и т.п., расставив их в порядке приоритетности. Опция ранжирования может быть реализована в виде окошек, которые надо заполнить или в виде выпадающего списка.

Выберите 3 наиболее привлекательных для вас вкуса супов и расставьте их в соответствии с вашими предпочтениями. 1 - самый любимый, 2 - любимый, 3 - можно, когда нет другого



В ходе исследования может быть протестировано **удобство упаковки** с помощью картинок, описаний и 3D моделей.

Респондент может оценивать представленную упаковку, ранжировать упаковку по степени удобства пользования, выделять элементы упаковки и писать к ним комментарии.



Иностранная компания-производитель собирается вывести на российский рынок йогурт в новой упаковке. Баночка сделана в форме гармошки, которая позволяет съесть йогурт до последней капли. По вашему мнению насколько это удобно?



- очень удобно    
  скорее удобно    
  скорее неудобно    
  совсем неудобно

## Тестирование упаковки

Респондент может «покрутить» в руках упаковку для более детального рассмотрения и оценки дизайна формы упаковки в сочетании с информационной составляющей (требуется 3D модель).



Тестирование может включать имитацию открывания/ закрывания упаковки, чтобы респондент мог лучше представить и оценить соответствие упаковки его имиджу, стилю жизни, привычкам.

Виртуальный магазин может представлять собой полку магазина, книжный «развал», витрину, где выставлены продукты. Респондент может осуществлять выбор точно также, как он делает это в реальности, у него есть возможность «взять» продукт в руки, покрутить (необходимы 3D модели), почитать этикетку, узнать основные характеристики, стоимость и положить продукт в корзину.



Тестирование можно осуществлять как на реальном сайте, так и на PDF прототипе.

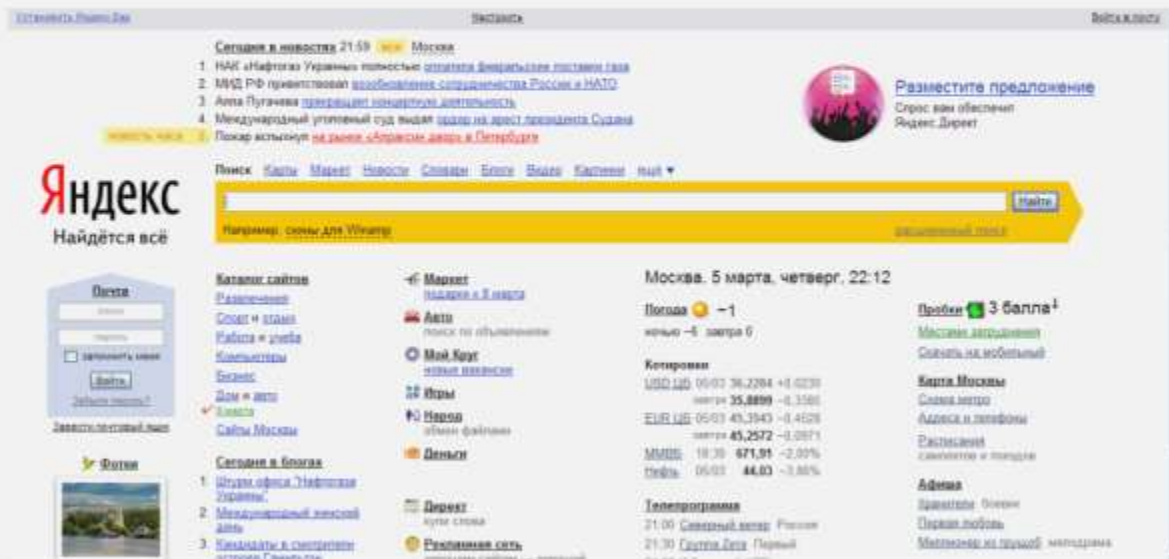
Респондент может походить по сайту, оценить дизайн и навигацию, а потом ответить на несколько вопросов. Также респонденту можно давать задания для изучения юзабилити и интуитивности интерфейса.

Для анализа доступно время поиска той или иной страницы сайта, а также пути передвижения по сайту.

## Тестирование дизайна и удобства сайта

Какими опциями, представленными на сайте, вы пользуетесь каждый день?

- |                                      |  |                                  |                                 |   |
|--------------------------------------|--|----------------------------------|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> поиск       | <input type="checkbox"/> мой круг      | <input type="checkbox"/> новости | <input type="checkbox"/> карта  | <input type="checkbox"/> фотки              |
| <input type="checkbox"/> почта       | <input type="checkbox"/> блоги         | <input type="checkbox"/> маркет  | <input type="checkbox"/> афиша  | <input type="checkbox"/> игры               |
| <input type="checkbox"/> курсы валют | <input type="checkbox"/> яндекс-деньги | <input type="checkbox"/> пробки  | <input type="checkbox"/> погода | <input type="checkbox"/> биржевые котировки |



Для тестирования печатных изданий создается PDF прототип, который полностью соответствует макету реального издания. Респондент может листать страницу за страницей, увеличивать и уменьшать некоторые области.



**Задача:** Заказчику необходимо опросить своих клиентов по имеющейся базе данных (например, для оценки удовлетворённости услугами и продуктами, выявления спроса на другие продукты и услуги компании, оценки лояльности клиентов компании Заказчика и т.д.).

**Проблемы:**

- ✓ Заказчик не хочет (или не может с юридической точки зрения) предоставить контактные данные своих клиентов третьей стороне – исследовательской компании.
- ✓ Клиенты компании – занятые люди, которые не захотят общаться с интервьюером по телефону/ лично.



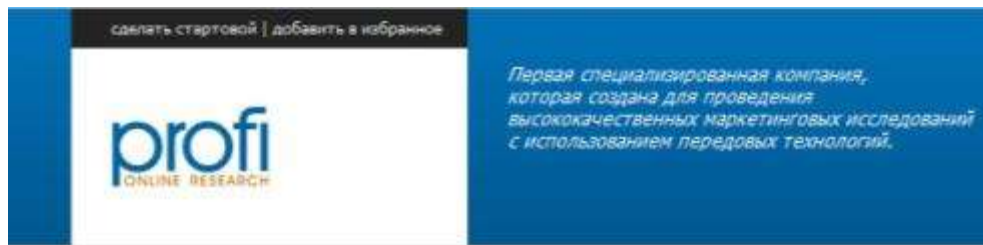
## Решение:

1. Profi Online Research разрабатывает электронную анкету и предлагает систему, при которой контактные данные из базы клиентов не попадают к исследовательской компании, поскольку приглашение к исследованию рассылает клиентам техническая служба самого Заказчика.

2. Клиенты получают приглашения и участвуют в исследовании, заполняя анкеты, в удобное для них время в комфортной обстановке.


3. Profi Online Research получает ответы только клиентов в обобщённом виде, не имея доступа к их контактной информации.

4. Profi Online Research предоставляет Заказчику отчёт по результатам исследования. А Заказчик может со 100% уверенностью посмотреть какая анкета какому клиенту принадлежит.



## Приглашения (ссылки)

Ссылка	Статус
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e280&amp;p=37748262">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e280&amp;p=37748262</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e281&amp;p=93745373">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e281&amp;p=93745373</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e282&amp;p=98982736">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e282&amp;p=98982736</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e283&amp;p=02765424">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e283&amp;p=02765424</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e284&amp;p=26395489">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e284&amp;p=26395489</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e285&amp;p=64728963">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e285&amp;p=64728963</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e286&amp;p=42876537">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e286&amp;p=42876537</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e287&amp;p=77548859">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e287&amp;p=77548859</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e288&amp;p=32763325">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e288&amp;p=32763325</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e289&amp;p=09357458">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e289&amp;p=09357458</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28a&amp;p=18481067">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28a&amp;p=18481067</a>	закрыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28b&amp;p=98876546">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28b&amp;p=98876546</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28c&amp;p=14317434">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28c&amp;p=14317434</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28d&amp;p=87105497">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28d&amp;p=87105497</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28e&amp;p=32553470">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28e&amp;p=32553470</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28f&amp;p=19683745">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e28f&amp;p=19683745</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e290&amp;p=66789675">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e290&amp;p=66789675</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e291&amp;p=73342881">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e291&amp;p=73342881</a>	закрыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e292&amp;p=58529501">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e292&amp;p=58529501</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e293&amp;p=74328896">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e293&amp;p=74328896</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e294&amp;p=88543901">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e294&amp;p=88543901</a>	открыта
<a href="http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e295&amp;p=25438652">http://profiresearch.net/project177.php?u=68bf76c8a7f76e295&amp;p=25438652</a>	открыта



*высококачественных маркетинговых исследований с использованием передовых технологий.*

eng

- О компании
- Зарегистрироваться
- Для клиентов
- FAQ
- Пресс-служба
- Контакты

**Вход в личный кабинет**

**Email**

**Пароль**

забыли пароль?

Войти

**Рассылка**

Подписаться

Отписаться

## Проект #234

**Дата начала:** 15.01.2007  
**Дата завершения:** 15.02.2007

**Заказанный объем исследования:** 1500 анкет  
**На сегодня, 20.01.2007** заполнено анкет: 248

**Промежуточные итоги:**


**1. Оплачивает ли ваша организация мобильную связь сотрудникам?**

Да	20%
Нет	30%
Только руководству	50%

**2. Пользуетесь ли вы регулярно электронной почтой?**

Нет, не пользуюсь	21%
Да, я пользуюсь личной электронной почтой	56%
Да, я пользуюсь корпоративной электронной почтой	15%
Да, я пользуюсь личной и корпоративной электронной почтой	9%

**3. Телефон какого цвета вы бы купили?**

	23%
---	-----

«Личный кабинет» на сайте позволяет клиенту иметь текущую информацию о ходе опроса.

# Наши клиенты



АДАМАС



Альфа-Банк



NOKIA



Trout & Partners Ltd.  
Pioneers in Positioning



B2B research  
БИЗНЕС ИССЛЕДОВАНИЯ



East To West  
Marketing



microlife  
A partner for people. For life.

И многие другие...

# Спасибо за внимание!

Вы можете заказать исследование на нашем сайте [www.profiresearch.ru](http://www.profiresearch.ru) или связаться с нашими менеджерами по e-mail и телефону

*Первая специализированная компания, которая создана для проведения высококачественных маркетинговых исследований с использованием передовых технологий.*

[gindes@profiresearch.ru](mailto:gindes@profiresearch.ru)  
[info@profiresearch.ru](mailto:info@profiresearch.ru)

+7 (495) 540-57-52  
+7 (916) 455-54-48

- О компании
- Зарегистрироваться
- Для клиентов
- FAQ
- Пресс-служба
- Контакты

## Вход в личный кабинет

Email

Пароль

[забыли пароль?](#)

## Рассылка

email

email

## Регистрация клиента

Все поля обязательны для заполнения.

1. Предмет договора  
1.1. Настоящий Договор является публичным договором-офертой (предложение юридического или физического лица, именуемого в дальнейшем «Заказчик», с Онлайн Ресерч», именуемого в дальнейшем «Исполнитель», на проведение и

2. Обязательства Сторон  
2.1 Исполнитель обязуется:  
2.1.1. Провести по поручению Заказчика исследования в соответствии с соглашением об исследовании.  
2.1.2. Своевременно, не позднее чем в течение 3х рабочих дней, предупреждать Заказчика об изменении параметров исследований или невозможности его проведения.

Email

Пароль  Пароль (еще раз)

Я соглашаюсь с вышеприведенной офертой и хочу зарегистрироваться