

Название проекта	ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ИНВЕСТОРОВ
Сроки проведения проекта	Апрель 2022 года
Клиент	Ozon
Блок номинации	БЛОК E. BEST PR & EVENT CAMPAIGN
Номинация	E14. BEST COMMUNICATIONS RESEARCH AND EVALUATION / ЛУЧШИЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ SPECIAL
Общая информация о проекте (500)	С 2020 года Ozon стал публичной компанией, акции которой стали доступны для розничных инвесторов. Для выстраивания направленной коммуникации с частными инвесторами Ozon требовалось четкое понимание мотивов, ценностей новой для российского рынка аудитории - частных инвесторов, логика принятия инвест.решений, «язык», на котором они говорят. Для решения этой задачи было проведено социологическое исследование, по итогам которого сформировал рекомендации по коммуникации.
Информация о бренде (клиенте) (500)	Ozon является одной из крупнейших в России онлайн-платформ для электронной коммерции. 24 ноября 2020 года компания провела процедуру IPO на бирже NASDAQ и Московской бирже. В результате IPO Ozon привлек 1,273 млрд \$. Bloomberg назвал IPO самым успешным для российских компаний с 2011 года.
Масштабы проекта	национальный
Цели проекта (500)	Изучение восприятия Ozon розничными инвесторами и их установок в принятии инвестиционных решений Реконструкция и оценка: <ol style="list-style-type: none"> 1) моделей поведения розничных инвесторов (образование и опыт в сфере инвестиций, размер портфеля и способы управления им, частота сделок, инфопотребление и т.д.) 2) влияния «февральского кризиса» на поведение инвесторов 3) привлекательности акций Ozon, лояльности (намерение рекомендовать) в сравнении с другими компаниями 4) «инвестиционных профилей» компаний
Целевая аудитория (250)	ВЫБОРКА – 500 РЕСПОНДЕНТОВ Розничные инвесторы (физические лица, которые осуществляют инвестиционную деятельность на фондовом рынке через брокера или брокерскую компанию): мужчины и женщины старше 18 лет, жители городов-миллионников РФ.

Инсайты (1000)	<p>ПОВЕДЕНИЕ И СТРАТЕГИИ ИНВЕСТОРОВ</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ заработок, а не сбережение – основной мотив ○ пределы риска невысокие (<10% дохода) ○ отсутствие образования – барьер для прогресса ○ самостоятельное управление инвестициями – основная модель ○ частота сделок средняя – 2-3 раза в мес. <p>ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА</p> <p>Две трети частных инвесторов снизили или прекратили активность на рынке в ожидании благоприятных условий. При этом 52% не утратили веру в фондовый рынок, воспринимают текущую ситуацию как временные трудности.</p> <p>МОДЕЛИ ОЦЕНОК РЕПУТАЦИИ</p> <p>Ценностный репутационный слой системы оценок в отношении объектов инвестиций пока не сформирован, лояльность к компаниям базируется на цифрах. Наиболее распространенная модель оценки – через финансовые показатели и публичность. Другие ценностные ниши – «Перспективы, динамика и развитие» и «Уникальность и ответственность» – менее распространены, но так как практически никем не заняты, являются перспективными для выстраивания более глубоких отношений с инвесторами.</p>
Стратегия (1000)	<p>Исследование проводилось в переломный для российского фондового рынка момент – в апреле 2022 года, после возобновления торгов, с целью оценить влияние кризиса на установки розничных инвесторов.</p> <p>Исследование учитывало многоаспектное восприятие Ozon инвесторами, поэтому для конкурентного анализа были использованы разные системы координат:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ отрасль: ретейл и еcom ○ специализированные онлайн-сервисы ○ крупные экосистемные игроки <p>Параметры для составления портрета розничного инвестора:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ бэкграунд: профильное образование, опыт ○ размер и состав портфеля; потенциал наращивания ○ частота операций ○ цели и стратегии инвестирования ○ предпочитаемые инструменты, отрасли ○ источники инвест. информации, включенность в инфополе компаний из своего портфеля ○ критерии выбора компаний для вложений ○ отношение к бумагам Ozon и конкурентов: вовлеченность (опыт покупки), лояльность (готовность рекомендовать), инвестиционная привлекательность ○ влияние кризиса на инвестиционную активность и планы на будущее

<p>Реализация (1000)</p>	<p>Период проведения исследования: апрель 2022 года</p> <p>Метод: анкетирование, формализованный онлайн-опрос. Для повышения релевантности респондентов были использованы фильтры по размеру портфеля – участниками опроса становились только частные инвесторы с непустыми счетами.</p> <p>Анализ результатов опроса осуществлялся с применением количественных и качественных методов:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Для изучения взаимосвязей между критериями выбора компаний использован факторный анализ. В результате обработки выделены три фактора: модели оценки компаний розничными инвесторами. Каждый из факторов статически объединяет те или иные характеристики репутации, раскрывает логику мышления инвесторов: категории, сгруппированные в одном факторе, являются ассоциативно связанными по принципу «если..., то...». ○ Контент-анализ ответов на открытые вопросы позволил выделить основные мотивирующие и демотивирующие установки в отношении покупки акций Ozon, наиболее значимые стимулы к продаже акций.
<p>Результат (1000)</p>	<p>Исследование позволило провести сегментацию и сформировать рекомендации для коммуникации с различными типами розничных инвесторов.</p> <p>Выявлены и сформулированы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установки инвесторов в отношении акций Ozon как базис ключевых сообщений: перспективность и динамика как основа мотивации покупки бумаг 2. Модели оценки инвестиционной привлекательности компании и ее бумаг; позиции Ozon на фоне разных групп конкурентов (ритейл, IT, экосистемы). Ozon вписывается в парадигму оценок технологических компаний, показывает максимум по фактору «перспектива, динамика, рост» 3. Опорные точки коммуникации: <ul style="list-style-type: none"> • Широкая аудитория: классическая «экосистемность» с историей (новаторство и надежность) • Молодежь: Ozon как символ перемен. Важно – делать аудиторию частью большого «прорыва» 4. Карта приоритетных инфоканалов: площадки брокеров – самые востребованные 5. Основные принципы коммуникации – опережение, сближение, прозрачность, простота и investor-friendly подача информации
<p>Подтверждение результата (500)</p>	<p>Полученные результаты использованы Ozon для разработки и реализации стратегии коммуникации с розничными инвесторами. Особую ценность представили выявленные модели оценок инвестиционной привлекательности компаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • это дало возможность встроиться в логику принятия решений частных инвесторов, а также определить ключевые критерии оценки эффективности инвест.коммуникаций; • определить и использовать свободные «ценностные ниши» для продвижения и отстройки от других игроков.