**Методика исследование AdIndex и REPA**

Исследование, проведенное в [июле текущего года](http://adindex.ru/news/agencies/2018/05/15/171089.phtml), строилось на опросе заказчиков услуг. Всего в опросе приняли участие 163 специалиста из 115 компаний. На основе ответов были составлены рейтинги по уровню осведомленности (узнаваемости агентских брендов), доле сотрудничества и качеству оказываемого сервиса. На базе эти трех показателей была выведена объединенная оценка – интегральная.

Агентства ранжировались по четырем показателям: доля знания, доля сотрудничества, качество сервиса и интегральная оценка

**РЕЙТИНГИ ПО СЕГМЕНТАМ**

Во всех сегментах, за исключением IT-компаний, было построено три рейтинга:

1. **Доля сотрудничества** характеризует положение агентств на рынке относительно конкурентов. Рассчитывалась как процент **компаний-заказчиков**, работающих с агентством в указанном сегменте, от общего числа опрошенных компаний, работающих в сегменте.

Таким образом, если знание определялась по доле специалистов, то сотрудничество – по доле компаний.

1. **Качество** **сервиса**. Компаниям, которые назвали своих подрядчиков в том или ином сервисе, было предложено оценить качество их услуг по трем критериям (экспертиза, клиентский сервис, ценовая политика). Средняя оценка легла в основу ранжирования.
2. **Интегральный рейтинг**. На основе полученных на первом этапе рейтингов знания и рейтингов сотрудничества и качества был составлен сводный рейтинг, учитывающий все четыре показателя. Интегральный показатель вычислялся суммированием произведений приведенного результата\*\*\* на весовой коэффициент параметра\*\*\*\*.

**Интегральная оценка Y = (Кнзнан × Xнзнан) + (Кзнан × Xзнан) + (Ксотр × Xсотр) + (Ккач × Xкач)**

**Где X – приведенная оценка агентства, K – вес параметра**

**\*\*\*Приведенная оценка.**

Для суммирования всех полученных параметров (знание, сотрудничество, качество) в рамках единой шкалы, в каждом из рейтингов максимальное значение принималось за 10, а остальные пересчитывались пропорционально.

**\*\*\*\*Веса параметров**:

Наведенное знание **КзнанН =** 1%

Спонтанное знание **КзнанС =** 4%

Доля сотрудничества **Ксотр =** 20%

Качество сервиса **Ккач =** 75%.

Получившийся интегральный рейтинг учитывает вклад всех трех показателей в результат агентства.

В сегменте IT-решений было построено четыре рейтинга: по доле знания, доле сотрудничества, качеству сервиса, а также совокупный интегральный рейтинг.

В рейтинг **качества** вошли компании, получившие более трех оценок от специалистов из более, чем двух компаний. Удовлетворенность обслуживанием респонденты оценивали по трем критериям, оперируя 10-балльной шкалой: экспертиза, клиентский сервис, ценовая политика

Для суммирования всех полученных параметров (знание, сотрудничество, качество) в рамках единой шкалы, в каждом из рейтингов максимальное значение принималось за 10, а остальные пересчитывались пропорционально. Интегральный показатель вычислялся суммированием произведений приведенного результата на весовой коэффициент параметра.

В силу выраженной специфики бизнеса, технологические платформы, используемые для оптимизации кампаний в интернет-среде, выделены в отдельный рейтинг узнаваемости. Рейтинги сотрудничества, качества, а также интегральный рейтинг рассчитывались аналогично другим категориям.

Рейтинг спонтанного знания в категории не присваивался из-за недостаточности данных для оценки.