**DIGITAL INDEX 2017. ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ АГЕНТСТВ**

**Как попасть в рейтинг**

Стать фигурантом рейтинга может любая компания на безвозмездной основе. Необходимым и достаточным условием является предоставлением перечня заказчиков для проведения анкетирования.

**Как добиться максимальной достоверности результатов**

Для получения объективной оценки необходимо предоставить максимально возможное число контактов для анкетирования. Интересуют только прямые заказчики, агентства выступать оценщиками не могут.

**Гарантии конфиденциальности**

AdIndex занимается составлением индустриальных рейтингов c 2008 года. Главные принципы использования любой входящей информации – прямое назначение. Ни для каких иных целей предоставленные данные (а среди них как полные клиентские листы, так и контакты для опросов) не использовались. Опыт составления [Digital Index 2014](http://adindex.ru/news/digital/2014/11/27/117859.phtml), [Digital Index 2015](http://adindex.ru/news/agencies/2015/11/24/130197.phtml) и [Digital Index 2016](https://adindex.ru/rating3/digital/137674/index.phtml#137675)  являются одними из примеров проведения исследования на высочайшем уровне качества, в т.ч. в части конфиденциальности.

AdIndex гарантирует также, что перечень агентств, предоставивших списки клиентов для опроса, не будет опубликован или распространен каким-либо другим способом.

**Ответы респондентов**

Доступ к результатам опроса будет иметь только исследователь проекта. Персональные сведения ни при каких обстоятельствах не будут разглашены за рамками исследования. Все ответы обрабатываются с полной степенью конфиденциальности и ни при каких условиях данные отдельных респондентов распознаны не будут. Вся информация будет собрана и опубликована только в совокупной форме.

**Зачем это нужно клиентам**

Поскольку исследование проводится без инвестиций со стороны рынка, за участие в нем не будет предоставляться никакой денежной компенсации. Участие добровольное, отказ не предполагает никаких денежных взысканий или упущенной выгоды. В любой момент респондент вправе прекратить участие в исследовании без каких-либо денежных санкций или упущенной выгоды.

По окончании анкетирования и обработки результатов в адрес всех респондентов будет направлена полная версия результатов в обобщенном виде.

**Зачем это нужно агентствам**

Главные заинтересованные лица в исследовании – его фигуранты. В связи с этим с клиентами, которые будут предложены агентствами для анкетирования, необходимо будет проводить кропотливую и деликатную работу. В силу занятости респонденты могут не уделить должного внимания нашему запросу, и мы рассчитываем, что агентства будут аккуратно, но педантично напоминать о необходимости пройти опрос, объясняя и мотивируя свои действия исключительно уважением к их опыту и важности именно их вклада в получение объективной картины рынка.

**Процедура**

1. Агентства, **заинтересованные в оценке своей деятельности**, направляют в адрес составителя информацию о респондентах, которые могут оценить их как подрядчиков.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название компании** | **Фамилия** | **Имя** | **Должность** | **E-mail** | **Рабочий телефон** | **Добавочный номер** | **Сайт компании (для клиентов вне Топ-200)** | **Вид услуг (выбрать из списка\*)** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Важно**: в опросе принимают участие только прямые заказчики, агентства выступать в качестве респондентов не могут.

В исследовании могут принять участие эксперты из компаний, входящих в ТОП-300 рекламодателей по бюджетам на интернет-рекламу в 2016 году по оценке AdIndex. Также в опрос будут включены представители табачной, алкогольной отрасли и других компаний со значимым доказанным присутствием на рынке. К примеру, для фармкомпаний таким ориентиром может служить рейтинг [Pharmaceutical Executive](http://www.pharmexec.com/2016-pharm-exec-50). При этом составители оставляют за собой право принимать решение по формированию опросной панели на основе собственных критериев значимости, в т.ч. отклонять предложения по респондентам, если уровень компаний, в которых они работают, по мнению AdIndex, не делает их голос значимым для рынка.

1. Раз в неделю в адрес агентств, будет направляться отчет по работе с респондентами – статус по откликам, неработающим специалистам, нерабочим контактам, отказам и отсутствию откликов\*.
2. На основе отчетов агентства будут производить уточнение данных, менять/добавлять экспертов, а также оказывать посильное влияние на них с целью получения максимального числа оценок.

*\* Опция доступна только компаниям, которые приняли участие в исследовании рынка* ***digital-технологий*** *и маркетинговых коммуникаций. Cсылка на анкетирование предоставляется по* *запросу**.*

В случаях возникновения вопросов о проекте вы всегда можете связаться с исполнителями исследования по электронной почте.