

výpisky



Z podcastu 30 | Výzkum, který šetří čas i peníze

Kdo jsou respondenti, kteří vyplňují výzkumy reklamním agenturám? A dá se jim věřit? O tom se bavíme s našimi výzkumníky ve 30. epizodě podcastu czechpromotion.

Co nám výzkum pomáhá zjistit?

- Kdo je náš zákazník a jak často používá náš produkt
- Jaká je pozice na trhu, kdo je konkurence a jaké má produkty
- Znalost značky, zákaznickou spokojenost s produktem či službou

 Čím blíže klient pustí výzkumníka do svého businessu, tím více je výzkum prospěšný.

Proč si nechat vytvořit výzkum?

- Nechceme myslet, chceme vědět
- Naše tušení nemusí být správné, proto je nutné vše řádně ověřit

Kdo vyplňuje dotazníky?

- Panely respondentů: databáze lidí, které můžeme různě segmentovat:
 1. Vzorek náhodného výběru – reprezentativní vzorek, kdy neovlivníme výběr
 2. Kvótový vzorek – výběr pomocí základních údajů, jako je pohlaví, věk, bydliště aj.

Co se stane, když nemáme výzkum?

- Vyhodíme velké peníze za kampaň, která nefunguje
- Nejistíme, jak se spotřebitel chová v místě prodeje či doma
- Kampaň může shodit i jen špatná volba slov

 Výzkum se vybírá podle cílů klienta. Důležité jsou i post testy, které nám sdělí, zda jsme naplnili cíle kampaně.