

Z podcastu 39 | Behavio - Nejdražší výzkum je žádný výzkum

Výzkum si dnes dovolí i menší značka, protože je ve srovnání s realizací kampaně jen malou investicí. S výzkumem navíc může přijít ujištění, že výsledná kampaň bude fungovat.

Čím začít?

- Zaměř se na 2-3 hlavní otázky, na které je potřeba si odpovědět. Díky tomu se neutopíš v datech.
- Výzkum může klidně potvrdit to, co si myslíš (ale konečně to budeš vědět s jistotou) nebo také změřit, co funguje – poté je potřeba vybrat cestu, která nás dovede k cíli.

 Časté chyby ve výzkumu jsou návodné otázky, analytické chyby, špatně položené otázky nebo nepoužitelnost v praxi.

Ptej se svého zákazníka

- Nákupní chování není racionální, nevytvářej pouze škálu, která ti mnoho neřekne.
- Jdi svému zákazníkovi naproti a uzpůsob řeč té jeho. Komunikuj to, co má slyšet.
- Nezapomeň na branding, který může snadno zapadnout.

 Vytěž strategické zákazníky a odděl je od masy. K tomu ti pomůže definování ideálního zákazníka a segmentace trhu.