

Case studies

Badania konsumenckie



INSIGHTS

1. Branża Beauty

Wyzwanie

Firma produkująca kosmetyki pielęgnacyjne, posiadająca już znaną markę o znaczących udziałach rynkowych, poszukuje dotarcia do nowego segmentu klienta – grupa młodych konsumentek (Generacja Z).

Firma jest na etapie analizy trendów oraz benchmarków i aktualnie potrzebuje przeprowadzić badania konsumenckie, aby odkryć insajty i określić persony dla swoich produktów.

Jak wygląda moja rola w projekcie?

1. Jestem konsultantem – odpowiadam za nadzór merytoryczny, dopracowanie scenariuszy do wywiadów oraz ujęcia w kwestionariuszu badania ilościowego pytań, adresujących wszystkie hipotezy
2. Odpowiadam za maksymalizację jakości projektu i „dowiezienie” oczekiwanych efektów dla Partnera
3. Mogę odpowiadać za dobór właściwej agencji badawczej (w zależności od wielkości projektu mogą to być sprawdzone agencje butikowe lub duże firmy badawcze)

Przykładowe Rozwiązanie

- Badania etnograficzne – zebranie cennych obserwacji do pogłębienia w cz. jakościowej
- Badania jakościowe (FGI) + techniki projekcyjne
- Badanie CAWI – weryfikacja insajtów i hipotez
- Warsztaty z zespołem klienta – dookreślenie cech i wyróżników produktu do prototypowania

Korzyści

- Podniesienie jakości i efektywności wykorzystania badań w procesie NPD i koordynacja współpracy z firmą badawczą



Case studies

Research marketingowy just in time



1. FMCG – suplementy diety

Wyzwanie

Firma farmaceutyczna planuje launch nowej marki na rynku. Jest na etapie „domykania” portfolio produktowego.

Jednym z driverów produktowych dla segmentu osób aktywnych fizycznie mają być napoje uzupełniające elektrolity i minerały.

Firma potrzebuje w krótkim czasie zdefiniować konkurencję w segmencie oraz przeprowadzić analizę SWOT, na podstawie której określi kluczowe wyróżniki (USP) dla swojego produktu.

Rozwiązanie

- Desk research + store check (wywiad w sklepie + zdjęcia poglądowe)
- Analiza zakresów cenowych produktów konkurencyjnych
- USP i komunikaty pozycjonowania produktów konkurencyjnych
- SWOT + Rekomendacje

Korzyści

- Oszczędność czasu i elastyczność kosztowa
- Potencjalne kierunki dla New Product Development



2. Obszar ICT & software development

Wyzwanie

Firma z sektora teleinformatycznego, odpowiadając na potrzeby pionu Business Development potrzebuje przeprowadzić analizę rynku pod kątem potencjalnych szans biznesowych w obszarze rozwoju systemów wbudowanych (embedded software).

Deadline jest bardzo krótki a do tego brakuje dostępnych zasobów w dziale marketingu.

Rozwiązanie

Firma zleca usługę researchu rynkowego „just in time” w oparciu o zdefiniowane cele biznesowe.

Jak wygląda współpraca?

- Przeprowadzenie krótkiego wywiadu i określenie wytycznych biznesowych
- Ustalenie zakresu
- Przeprowadzenie desk research
- Dostarczenie raportu + briefing

Korzyści

- Oszczędność czasu i elastyczność kosztowa
- Potencjalne kierunki dla wygenerowania nowych kontraktów



**STRATEG
MARKI** | TOMASZ
SZYNKOWSKI

strategmarki.pl

Pomagam markom osiągnąć unikalność.

Porozmawiajmy o Twoich wyzwaniach.

Tomasz.Szynkowski@strategmarki.pl
+48 600 453 777

