

Marketingový výzkum v praxi B2B firem - postup

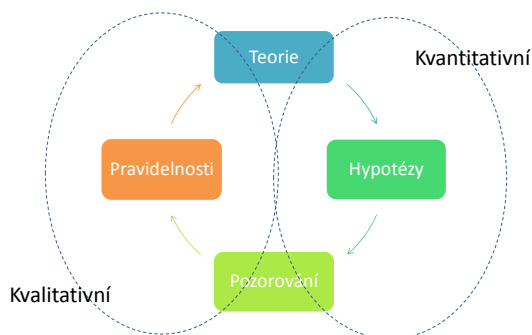
PhDr. Tomáš Soukup, Ph.D.
7.2.2013



2 | Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013

inside

Kvalitativní versus kvantitativní



Přehled metod

Kvalitativní - rozhovor

- hloubkové rozhovory
- diskuzní skupiny

Ostatní

- statistiky
- obsahová analýza
- výzkum konkurence a mystery shopping

Kvantitativní - dotazník

- osobní dotazování
- telefonické dotazování
- on-line dotazování
- papírové na místě dění

| Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013

inside

Osobní sběr dat



vysoká response rate
víme, s kým mluvíme
kontrolovat postup
vyplňování
možnost ukázat vzorky /
audio/video ukázky
delší dotazník
možnost kontroly
odpovědí

organizační náročnost
delší čas
vysoká cena
vliv tazatele
stylizace respondenta
složitější kontrola tazatelů

| Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013

inside

Telefonní sběr dat



rozumná response rate
víme, s kým mluvíme
rychlost, rozumná cena
není geograficky omezené
kontrola tazatelů
částečná možnost upravit
dotazník v průběhu

nemožnost ukázat vizuální
podklady
konkurence ze strany
telemarketingu
jednodušší otázky
problém se
specializovanými dtb

| Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013

inside

On-line sběr dat



vysoká rychlost

videa / obrázky / zvuk
interaktivnost

soukromí a malá stylizace -
vhodné na citlivá témata
panely - možnost lepšího
zacílení

nízká response rate

samovýběr, často forma
ankety

není reprezentativní
nevíme, kdo vyplňuje

často nevyplní celý
dotazník

omezení na on-line
populaci

Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013



Poštovní sběr dat



cena

soukromí a malá stylizace
možnost si odpovědi v
klidu rozmyslet

u regionálních výzkumů
forma „angažovanosti“

nízká response rate

samovýběr, často forma
ankety

není reprezentativní
nevíme, kdo vyplňuje

dlouhý čas

problém s doručením

Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013



Praktické použití metod

- Koho dotazovat?
- Kolik respondentů?
- Kdo bude dotazovat?
- Jakou metodou?
- Délka dotazníku / rozhovoru?
- Jak se k respondentovi dostat?
- Pilotáž
- Jak respondentům zpříjemnit dotazování?
- Jaké máme kapacity na využití výsledků a kontaktů?

Marketingový výzkum B2B, B2B marketing fórum, Hustopeče 7.2.2013



Těším se na Vaše dotazy

PhDr. Tomáš Soukup, Ph.D.
tel.: 739 358 697
e-mail: tsoukup@b-inside.cz



B-inside s.r.o.
Šmeralova 12
170 00 Praha
Vavrečkova 5262
760 01 Zlín
IČ: 24790648
DIČ: C224790648

tel.: +420 608 048 048 (Petr Fusek, výkonný ředitel)
E-mail: info@b-inside.cz
<http://www.b-inside.cz>