

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY

Zjistěte, jak známá a silná je Vaše značka, firma, či produkty a jak si vedete ve srovnání s konkurencí.

MÁTE DOTAZY? VOLEJTE +420 224 055 555

Response Now s.r.o. | Vladislavova 17 | 110 00 Praha 1
MyResponse@responsenow.in | <https://responsenow.in>



NOVÁ GENERACE VÝZKUMU TRHU

 **RESPONSE
NOW**

ZÁKLADNÍ INFORMACE

RESPONSE:NOW JE NOVÁ GENERACE VÝZKUMU TRHU NA KLÍČ

Automatizovaná full-service samoobslužná platforma pro výzkum trhu na klíč – 3x levnější, 3x rychlejší a uživatelsky mnohem příjemnější způsob, jak získat porozumění trhu a spotřebitelům. Včetně kompletních závěrečných zpráv s interpretacemi a benchmarky.

JAK FUNGUJE

KONFIGURÁTOR
NA WEBU

AUTOMATIZAČNÍ
PLATFORMA

1. **Nakonfigurujete svůj projekt prostřednictvím konfigurátoru na webu** (podobně jako u aut na webových stránkách automobilek)
2. **Vaši konfiguraci / objednávku zkontrolujeme** a v případě nejasností se vám ozveme s návrhy na zlepšení
3. Na základě konfigurace Vám **automaticky vytvoříme dotazník a design projektu a provedeme dotazování** respondentů – online, telefonicky nebo osobně
4. **Sebrané dotazníky budou automaticky zpracovány do detailní závěrečné zprávy** včetně interpretací a doporučení
5. **Hotovou závěrečnou zprávu před odesláním zkontrolujeme** a rozšíříme interpretace do podoby nerozlišitelné od tradičně zpracovávaných projektů

DALŠÍ PARAMETRY

- Kvantitativní výzkum (dotazníkové šetření)
- Počet a strukturu respondentů můžete stanovit sami nebo ponechat náš návrh
- Špičkové výzkumné techniky bez kompromisů
- Dostupnost ve většině zemí světa

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY: SPECIFIKACE

? Typ projektu

- Hodnocení znalosti, síly (brand equity) a image značek prostřednictvím dotazování cílové skupiny

? Cílová skupina

- Definujete sami prostřednictvím online konfigurátoru
- Měla by být definována spíše širěji a více reprezentativně bez příliš mnoha omezujících podmínek

? Hlavní cíle

- **Poskytnout podklady pro řízení značky a formulaci její strategie**
- Zhodnotit znalost, familiaritu a celkovou sílu (brand equity) hodnocených značek včetně jednotlivých dílčích dimenzí (relevance, obliba, poměr cena vs. kvalita atd.)
- Analyzovat percepci a image

? Sledované tematické okruhy - pro každou ze sledovaných značek

- Znalost a familiarita značek
- Relevance, obliba a nákupní záměr
- Percepce a image značek
- Vnímaná kvalita, cenová výhodnost ve srovnání s konkurencí a vnímaný poměr ceny vůči kvalitě
- *Další témata můžete stanovit sami prostřednictvím online konfigurátoru*

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY: METODIKA

Design

- Počet respondentů můžete stanovit sami - v závislosti na charakteru sledované produktové kategorie a cílové skupině obvykle 200-800
- Střední délka interview cca 9-17 minut
- Pro málo známé značky možnost boostu počtu respondentů, kteří je znají

Dotazování

- Dotazování libovolným způsobem v závislosti na Vámi stanovené struktuře respondentů – běžně online nebo mixed-mode (kombinace online a osobního nebo telefonického dotazování) - způsob dotazování můžete stanovit sami
- Dotazník vytvoříme my na základě Vašeho zadání
- K zajištění kvality sebraných dat využíváme všechny obvyklé nástroje kontroly a řízení kvality dotazování

Výběr respondentů

- Při online (CAWI) dotazování vícestupňový pravděpodobnostní výběr respondentů ze stanovené cílové skupiny s využitím stabilního reprezentativního online panelu (v ČR s přibližně 150 000 členy)
- Při telefonickém nebo osobním dotazování obvykle kvótní výběr respondentů
- Reprezentativita pro celé území ČR nebo vymezené území - na základě Vašeho zadání

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY: PODMÍNKY REALIZACE

Výstupy

- Hlavním výstupem projektu je kompletní závěrečná zpráva vypracovaná v české nebo anglické verzi na základě Vaší volby
- Volitelným doplňkovým výstupem je osobní prezentace závěrů projektu

Termín dodání výstupů

- Výstupy svého projektu obdržíte 1-2 pracovní dny po skončení dotazování

Klientský servis

- V základní ceně je zahrnut standardní klientský servis poskytovaný online nebo telefonicky prostřednictvím zákaznické linky
- V případě zájmu si můžete navíc objednat prémiový klientský servis zahrnující přidělení dedikovaného client service manažera pro Váš projekt, který Vám bude kdykoli k dispozici

ZNALOST A SÍLA ZNAČKY: ZÁKLADNÍ OTÁZKY

Otázky v přehledu jsou řazeny podle tematických okruhů a jejich pořadí neodpovídá pořadí používanému v dotaznících

Červené jsou označeny otázky zaměřující se na znalost a sílu značky

Zelené jsou označeny otázky zaměřující se na percepci ceny a kvality

Žluté jsou označeny otázky zaměřující se na image

Formulace otázek jsou zjednodušené a neodpovídají přesně formě používané v dotaznících

Spontánní znalost

- Které všechny [ZNAČKY Z PŘÍSLUŠNÉ PRODUKTOVÉ KATEGORIE] si dokážete vybavit alespoň podle jména?

Familiarita a promptovaná znalost

- Jaká je Vaše zkušenost s těmito značkami? [škála od nezná, přes zná, ale nikdy nezkusil(a) či nekoupil(a), zkusil(a) či koupil(a) jednou, minulé používání či nákupy, současné používání či nákupy, po nejčastěji užívaná či kupovaná značka]

Relevance

- Která z těchto možností nejlépe popisuje, jak moc byste zvažoval(a) [ZNAČKU], když byste šel / šla nakupovat? [škála od vůbec bych nezvažoval(a), přes možná volba v budoucnu (ale ne nyní), jedna z mnoha zvažovaných možností, jedna z mála seriózně zvažovaných možností, nejpravděpodobnější volba, po jediná zvažovaná volba]

Obliba

- Řekl(a) byste, že [ZNAČKU] máte rád(a) nebo nerad(a), anebo k ní máte neutrální vztah?

Nákupní záměr

- Jak moc je pravděpodobné, že v následujícím [ČASOVÉM OBDOBÍ] koupíte | budete či začnete používat či konzumovat | předplatíte | budete volit | ... [ZNAČKU]?

Vnímaná kvalita

- Jak byste celkově zhodnotil(a) [ZNAČKU]? [škála 0-10]

Vnímaná cena

- Jak byste zhodnotil(a) cenu [ZNAČKY] ve srovnání s ostatními značkami z [PŘÍSLUŠNÉ PRODUKTOVÉ KATEGORIE]?

Poměr cena vs. kvalita

- Jak byste u [ZNAČKY] zhodnotil(a) poměr ceny a kvality? [škála 0-10]

Percepcie a image značky

- Označte, které z těchto vlastností se podle Vás k [ZNAČCE] hodí a které ne. [SEZNAM ATRIBUTŮ – můžete je definovat sami prostřednictvím konfiguratoru nebo můžete využít námi předpřipravené varianty uzpůsobené pro značky z různých produktových kategorií]

VÝHODY RESPONSE:NOW



**RESPONSE
NOW**

VÝHODY RESPONSE:NOW



CENA

Stejně kvalitní výstupy vám díky automatizaci dodáme až 3× LEVNĚJI oproti běžné praxi.



RYCHLOST

Výstupy máte na stole až 3× RYCHLEJI. Nám stačí 4 hodiny, zbytek závisí na čase potřebném pro dotazování.



VÝSTUPY

Závěrečná zpráva obsahuje VŠE, NA CO JSTE ZVYKLÍ – interpretace, benchmarky i shrnutí. Odpovědi na své otázky dostanete v jasné, srozumitelné formě.



JEDNODUCHOST

S naším online konfigurátorem zadáte výzkum jednoduše během 3 MINUT, navíc jsme Vám jako odborníci kdykoli k dispozici.



ŠPIČKOVÉ VÝZKUMNÉ TECHNIKY

Projekty response:now jsou založeny na PRVOTŘÍDNÍCH VÝZKUMNÝCH TECHNIKÁCH bez kompromisů.



ZAMĚŘENÍ NA VÝSLEDKY, NE PROCES

Méně práce s realizací výzkumů znamená více kapacity na uvádění jejich závěrů do života.

Full-service na klíč, nikoli DIY

RESPONSE:NOW PŘEKONÁVÁ JAK TRADIČNÍ VÝZKUM TRHU, TAK DIY ŘEŠENÍ

RESPONSE:NOW

DIY

TRADIČNÍ VÝZKUM



VÝBĚR RESPONDENTŮ A ZPŮSOB DOTAZOVÁNÍ

Komplexní definice cílové skupiny



N/A



Možnost využití vlastních databází kontaktů



Částečně



Všechny hlavní techniky dotazování (CAWI, CATI, CAPI)



N/A



METODIKA A VÝSTUPY

Flexibilní nastavení parametrů projektu "na klíč"



Částečně



Prevence chyb na straně klienta



Špičkové výzkumné techniky



Kompletní závěrečné zprávy včetně interpretací



OBCHODNÍ ASPEKTY

Klientský servis zajištěný experty ve výzkumu trhu



Vysoká rychlost



Nízké náklady



VŠECHNY BĚŽNÉ TYPY PROJEKTŮ A FLEXIBILNÍ DEFINICE CÍLOVÝCH SKUPIN

TYPY PROJEKTŮ



Testování návrhů reklam a produktů

Testujte předem a zlepšujte nové reklamy, produkty, obaly, POS materiály a další koncepty.



Spokojenost a věrnost zákazníků

Jak věrní a spokojení jsou Vaši zákazníci? Zlepšete zákaznickou zkušenost a získejte jejich lásku.



Analýza tržní pozice a značky

Jak si vedete ve srovnání s konkurencí? Zjistěte slabé a silné stránky značky. Měřte trendy.



Cenová citlivost a optimalizace cen

Nabízejte produkty za optimální ceny a maximalizujte zisk. Zjistěte cenovou citlivost Vašeho trhu



Měření účinnosti reklamních kampaní

Jak úspěšné jsou Vaše reklamní kampaně? Měřte a zvyšte jejich efektivnost.



Analýza trhu a spotřebitelů

Poznejte chování a motivace spotřebitelů. Určete velikost a potenciál Vašeho trhu.

CÍLOVÉ SKUPINY

- Libovolné cílové skupiny podobně jako u tradičních výzkumů trhu
- Možnost využití vlastních databází kontaktů – např. vlastních zákazníků
- Všechny techniky dotazování – online (CAWI), telefonicky (CATI) nebo osobně (CAPI)