



BRAND BROTHERS

market research & strategic marketing

Ptašínského 8, 602 00 Brno,
Tel.: 541 261 433, Fax: 541 261 435
Email: info@brandbrothers.com, www.brandbrothers.cz,
www.marketingovy-vyzkum.cz

Vybrané reference



Jedinečný způsob zpracování

Easy & Precise

- marketingové poznámky
- marketingová doporučení
- tržní příležitosti



„Agentura Brand Brothers realizovala pro naši společnost několik průzkumů.

Velmi nás překvapila vysoká kvalita i netradiční způsob zpracování výsledků.

Naše společnost má zkušenosti s více výzkumnými agenturami a **výsledky agentury Brand Brothers byly na nejvyšší úrovni.**“

Václav Pech

Marketingové analýzy

Jihočeská plynárenská, a.s.

**Naše doporučení vedou k
praktickým změnám a
navýšení obrátu**



„Agentura Brand Brothers pro Husqvarnu realizovala rozsáhlý výzkum. Bylo dosaženo nadprůměrné **94% response rate** - tedy pouze 6% respondentů odmítlo na dotazník odpovídat.

Výsledky jsou natolik **konkrétní a přesvědčivě zpracované**, že na jejich základě založíme propagační kampaň určenou pro zkoumaný segment.“

„Půl roku po uskutečnění výzkumu můžeme potvrdit, že **výzkum přímo přispěl k nezanedbatelným nárůstům našich prodejů**.“

Rastislav Klembara
Obchodní ředitel
Husqvarna

Výzkum realizovaný pro Masarykovu univerzitu



říjen – listopad 2007

Zadání projektu

- Prohloubit spolupráci MU se zaměstnavateli formou studentských praxí a stáží
- Mluví se o trendu nedostatku kvalifikované pracovní síly a nutnosti měnit personální politiku
- Schopní absolventi mají sehnané zaměstnání už před státnicemi
- Studenti mají po absolvování VŠ nedostatek praktických zkušeností

Zadání projektu

- Dotázání 200 firem z Jižní Moravy
- Rozhovory s personálními řediteli a personalisty
- Pouze sběr dat a kódování bez analýzy

Cíle výzkumu

- Získat objektivní data o vzorku firem s předpokládaným zájmem o absolventy fakulty právnické, ekonomicko-správní a informatiky
- Sehnat pro MU konkrétní zájemce o spolupráci z řad zaměstnavatelů

1. krok: Vytvoření databáze

- Databáze založená na Registru ekonomických subjektů
- Firmy z Jihomoravského kraje
- Vytipování oborů dle klasifikace OKEČ
- Omezení dle počtu zaměstnanců

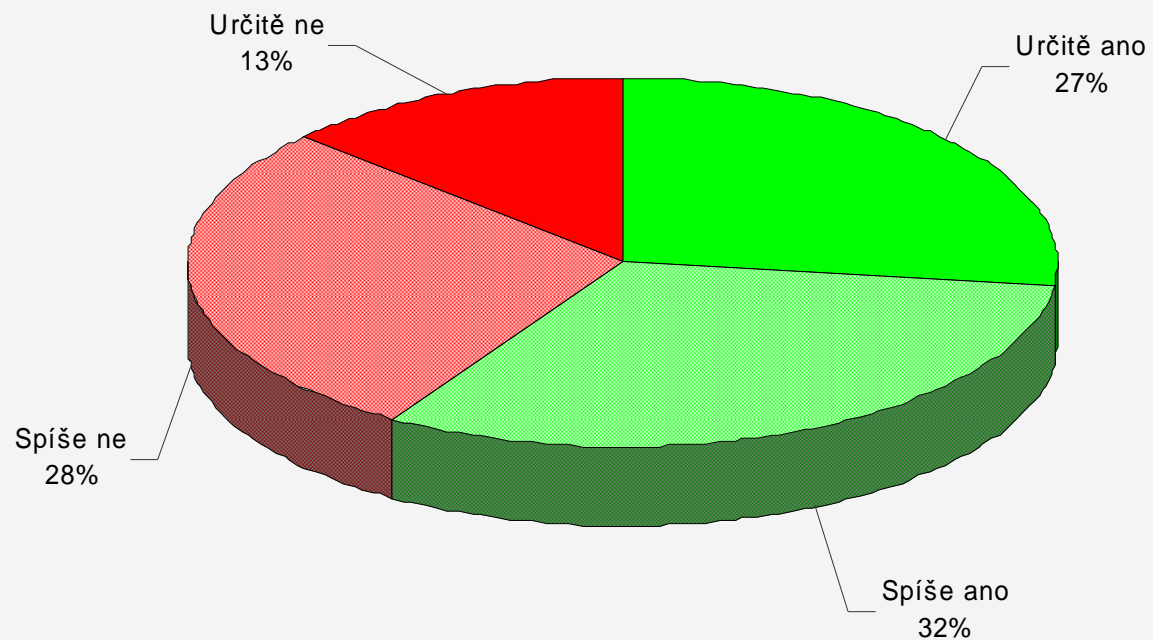
2. krok: Dotazník

- Konzultace cílů se zástupcem MU
- Vymezení klíčových oblastí
- Schválení dotazníku s klientem
- Pilotáž

Dotazník: Klíčové oblasti

- Využívání studentů v současnosti
- Zájem o zaměstnávání absolventů VŠ
- Zájem o studenty na praxi / stáž
- Vnímání náročnosti shánění nových zaměstnanců
- Co jsou firmy ochotny studentům nabídnout?
- Co od studentů na praxi očekávají?

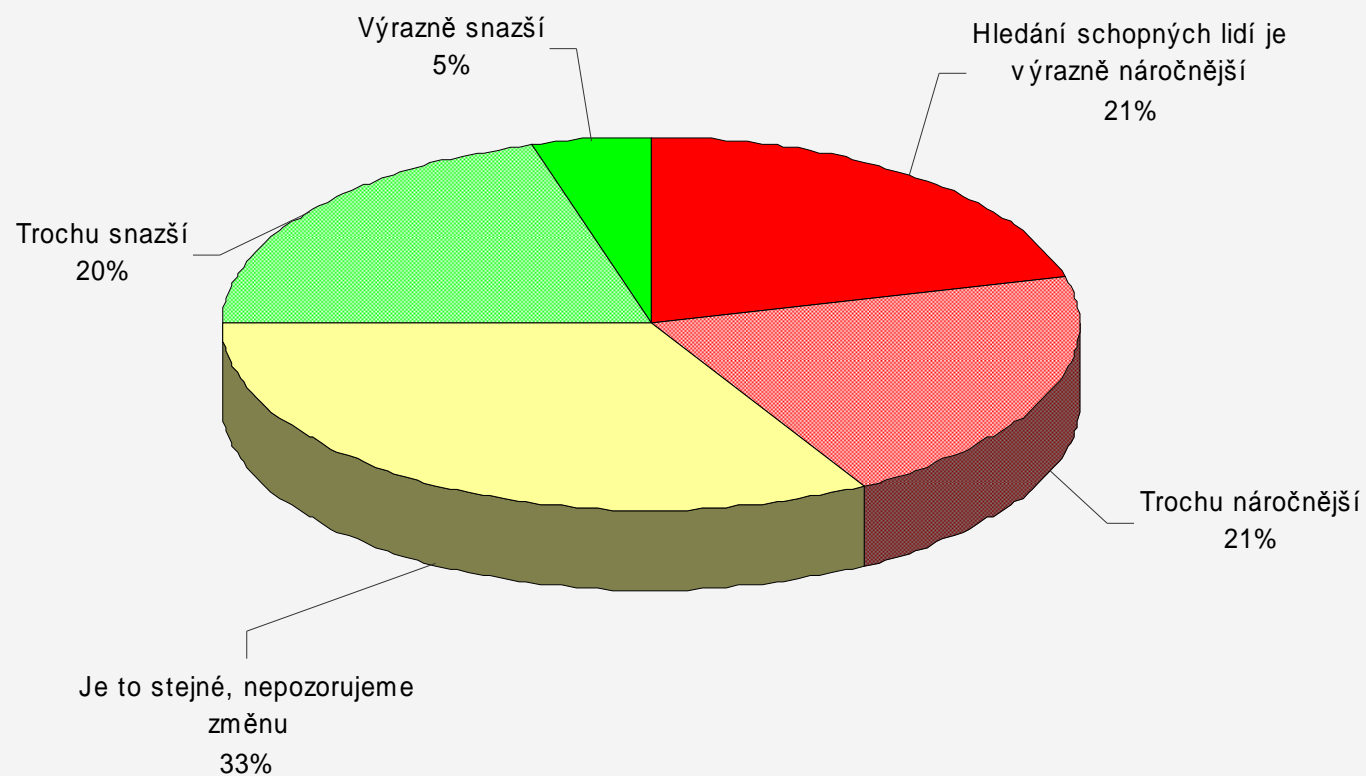
Měli byste zájem o spolupráci s MU ve formě studentských praxí a stáží?



Graf č. 2

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., říjen - listopad 2007, n=211

Jak se firmám daří shánět nové zaměstnance s VŠ vzděláním ve srovnání s dobou před 2 lety?

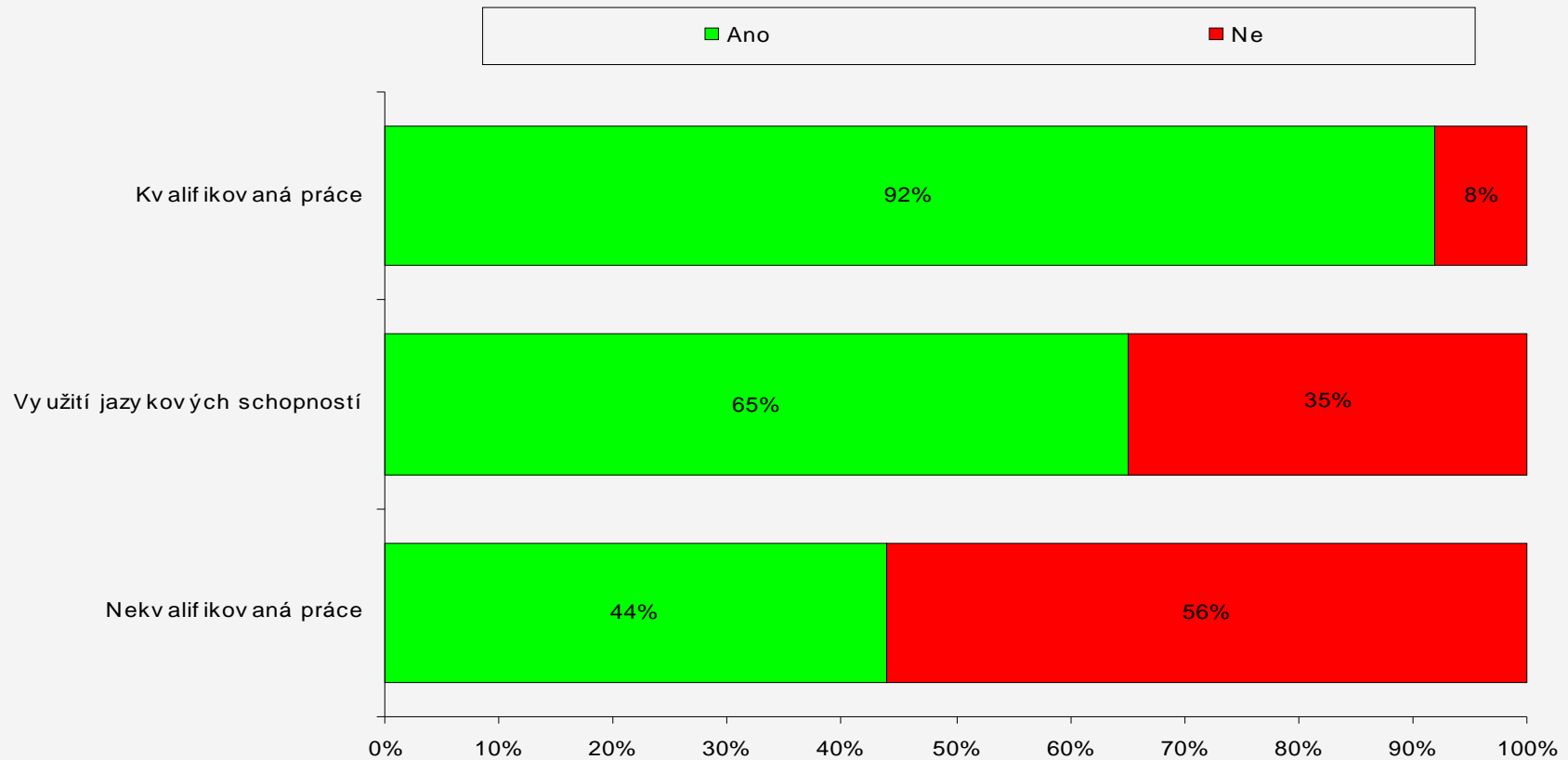


Graf č. 1

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., říjen - listopad 2007, n=211

Jakou práci byste od studenta na praxi / stáži očekávali?

Pouze firmy, které by měly o stážisty zájem

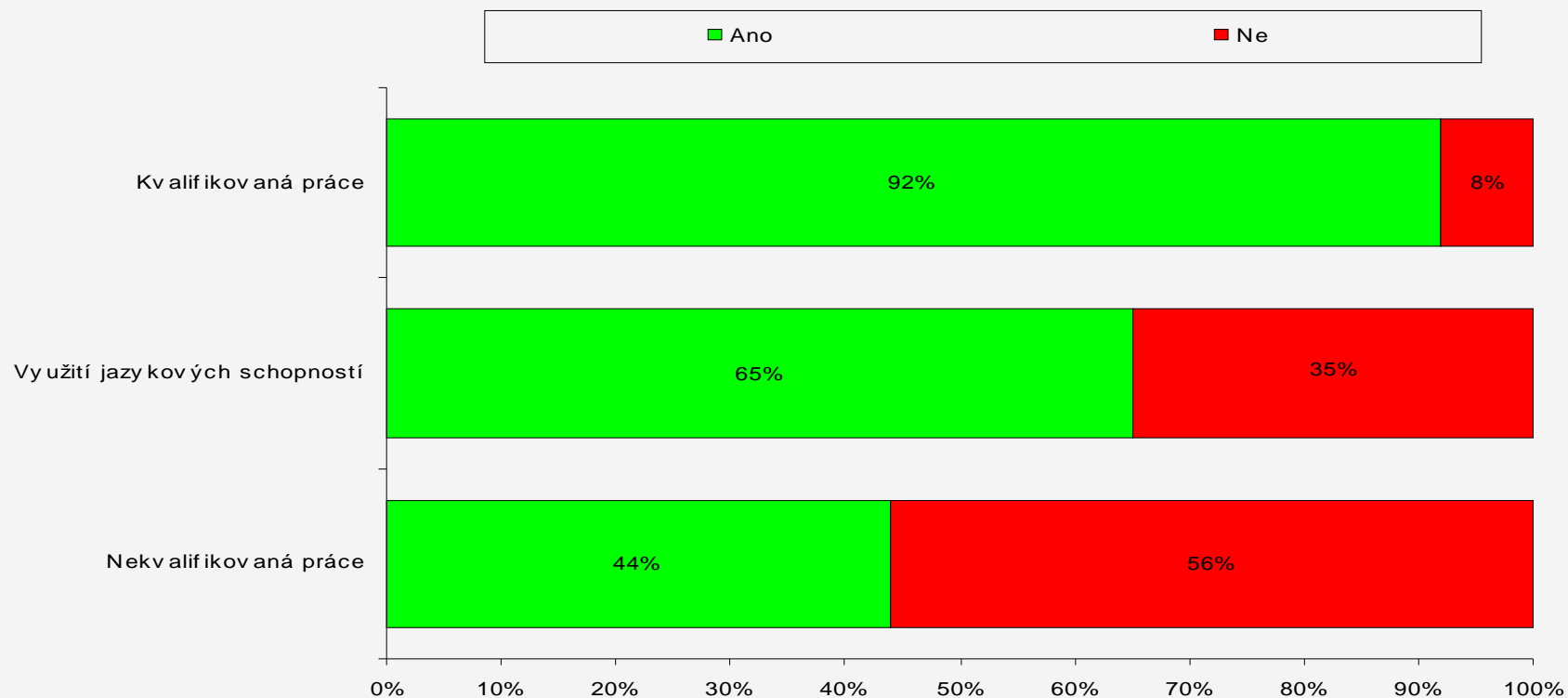


Graf č. 3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., říjen - listopad 2007, n=123

Jakou práci byste od studenta na praxi / stáži očekávali?

Pouze firmy, které by měly o stážisty zájem



Graf č. 3

Zdroj: Výzkum Brand Brothers s.r.o., říjen - listopad 2007, n=123

Přínosy výzkumu pro MU

- Vhled do problémů a potřeb zaměstnavatelů
- Kontakty na 123 personálních manažerů zainteresovaných firem
- Návod jak koncipovat nabídky
- Rozhodnutí zda koncipovat stáže jako placené
- Jak koncipovat nabídky spolupráce firmám
- Podklady pro zřízení kariérního centra