



Význam průzkumů /nejen/ pro veletržní společnost

Management veletrhů, ESF MU Brno

16. března 2006

Ing. Silvie Mléčková - Veletrhy Brno, a.s.

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

- K čemu potřebuje veletržní společnost průzkumy?
- Jaké průzkumy lze ve výstavnictví využít?
- Konkrétní příklady výzkumů pro Veletrhy Brno

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

- **Marketingový výzkum je systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkajících se určitého problému, před kterým firma stojí.**
Kotler, Philip: Marketing Management

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Marketingové průzkumy: informace pro všechny



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Jaká data výzkumy poskytují?

5

■ ARGUMENTY PRO:

- Návštěvníky
- Vystavovatele, oborové svazy, instituce
- Média
- Municipality
- Obyvatele regionu

■ DATA / INFORMACE PRO:

- Rozhodování managementu
- Tiskové zprávy, náborovou dokumentaci, PR

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



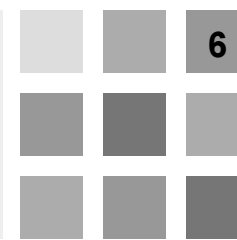
BVV



Veletřhy
Brno

Jaká data výzkumy poskytují?

6



www.bvw.cz

■ ZPĚTNOU VAZBU o:

- Významu veletrhů pro jednotlivé CS
- Jejich hodnocení účasti na veletrhu
- Hodnocení úrovně daného veletrhu
- Image společnosti
- Kvalitě/strukturu komunikační kampaně

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Co zkoumáme?

7

PRAVIDELNÉ VÝZKUMY

- Kvantitativní průzkumy mezi návštěvníky a vystavovateli v době konání veletrhů
- Kvalitativní průzkumy mezi vystavovateli v době konání veletrhů

AD HOC

- Průzkum image
- Lokalizace veletrhů v ČR
- Přínos BVV pro region
- Účinnost veletrhů
- Zjištění bariér pasivní účasti ne-vystavovatelů a ne-návštěvníků a jejich potenciální motivace
- Průzkumy stravování, parkování, realizace nových projektů, apod.

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



Kvalitativní marketingové průzkumy

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Kvalitativní průzkumy

9

- Vybrané veletrhy
- Vybrané segmenty / firmy
- Specifická témata / okruhy
 - Hodnocení veletrhu
 - Ceny, termíny
 - Srovnání s konkurenčními veletrhy
 - Možnosti spojení nebo rozdělení veletrhu

- Metodologie: forma řízeného rozhovoru face to face
- Realizace: úsek marketingu
- Výstup: závěrečná zpráva

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



Průzkum image



Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Základní informace o výzkumu

11

- **Poslední průzkum realizovala renomovaná společnost STEM/MARK Praha v listopadu 2002**
- **Průzkum image realizujeme cca jednou za 3 roky**

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

- **Popsat vnímání společnosti Veletrhy Brno po dokončené restrukturalizaci optikou široké veřejnosti – jak občany tak firmami**
- **Zjistit míru zaregistrování těchto změn**
- **Získat strategické informace pro další komunikační kampaň**

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre

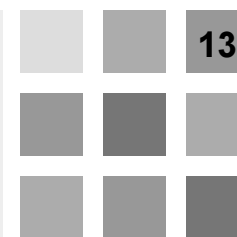


BVV



Veletrhy
Brno

Spontánní znalost výstavišť



13



Jednoznačně nejznámějším výstavištěm v ČR je Brněnské výstaviště

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV

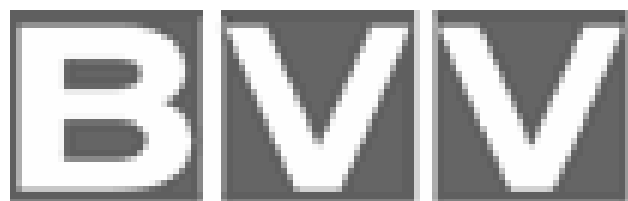


Veletřhy
Brno

Výsledky průzkumu image

... původní logo

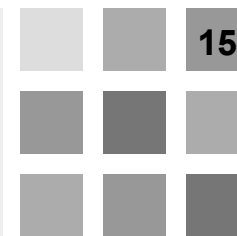
14



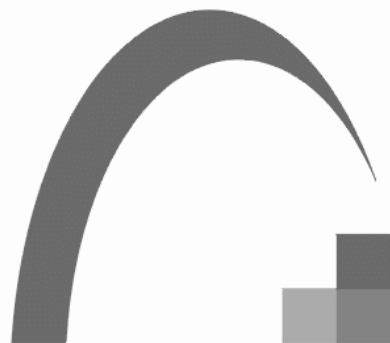
**Brněnské veletrhy
a výstavy a.s.**

Výsledky průzkumu image

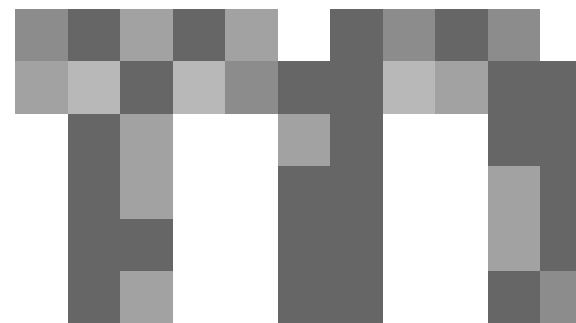
... nové logo



BVV



Veletřhy
Brno

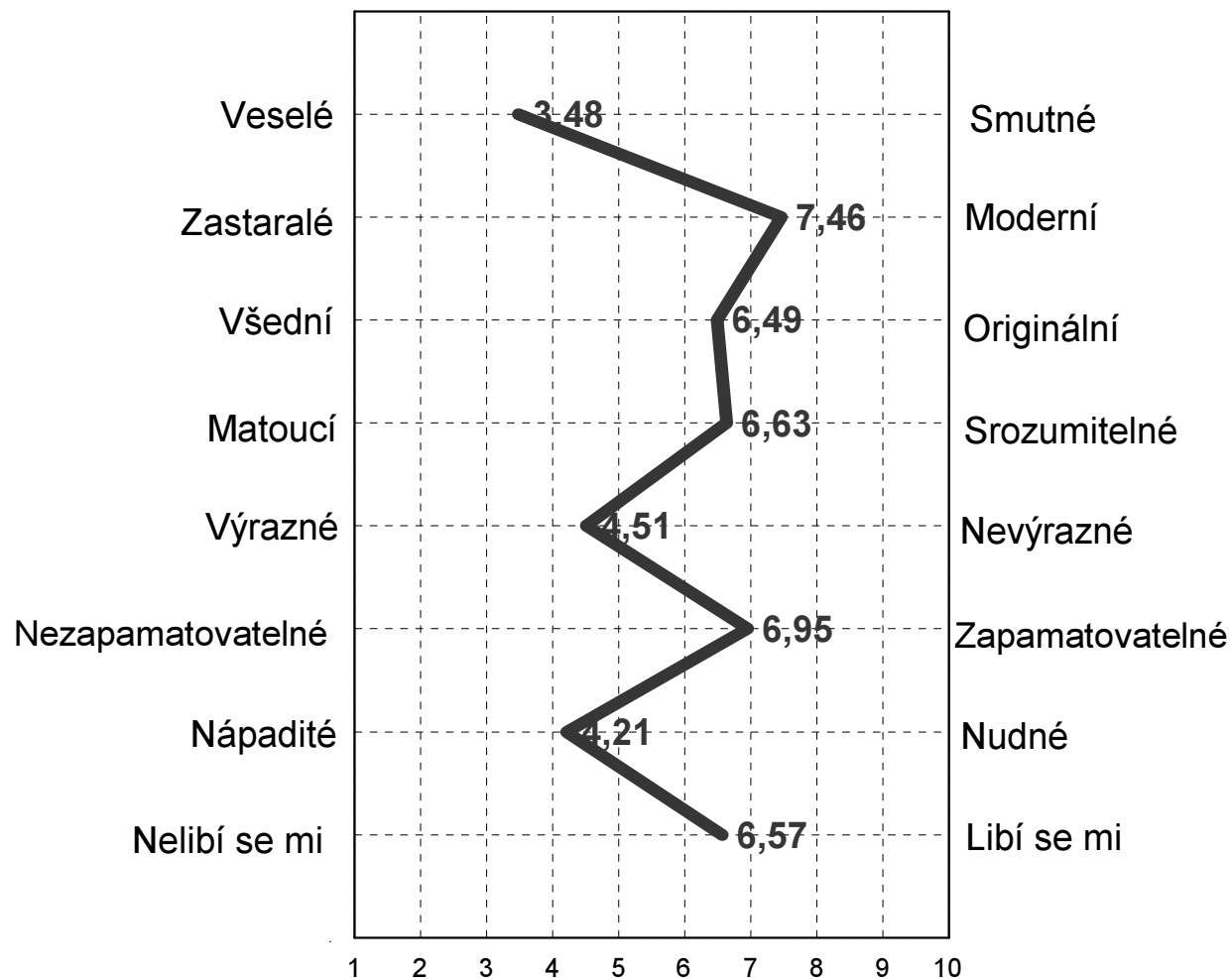


Messe
Düsseldorf

Výsledky průzkumu image

16

Vnímání nového loga



Logo je vnímáno jako veselé, moderní a zapamatovatelné.

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre

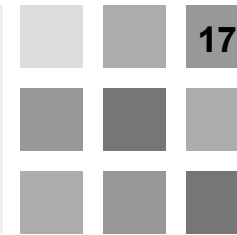


BVV

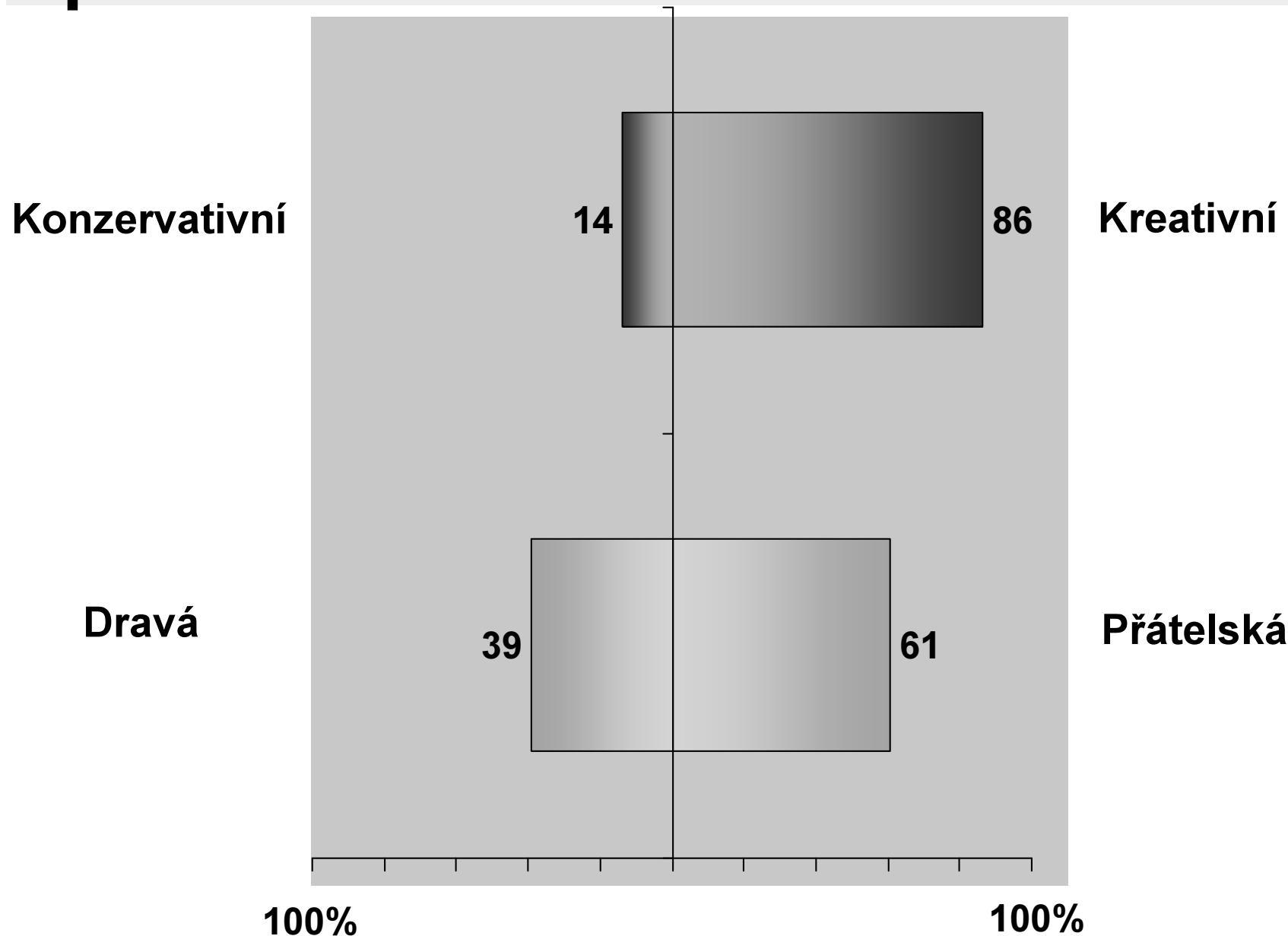


Veletřhy
Brno

Jak by měla vypadat veletržní společnost?



17



www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



Lokalizace veletrhů



Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Výzkum Factum Invenio

19

- **Hlavním cílem výzkumu bylo získat informace o postojích respondentů (obyvatel České republiky, Brna, Prahy a Středočeského kraje) k výstavám a veletrhům a jejich lokalizaci v rámci České republiky**

- **Timing: 19.8. - 18.10.2005**
 - **Kvalitativní výzkum**
 - **Regionální výzkum**
 - **Celorepublikový výzkum**
 - **Výzkum elit**

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



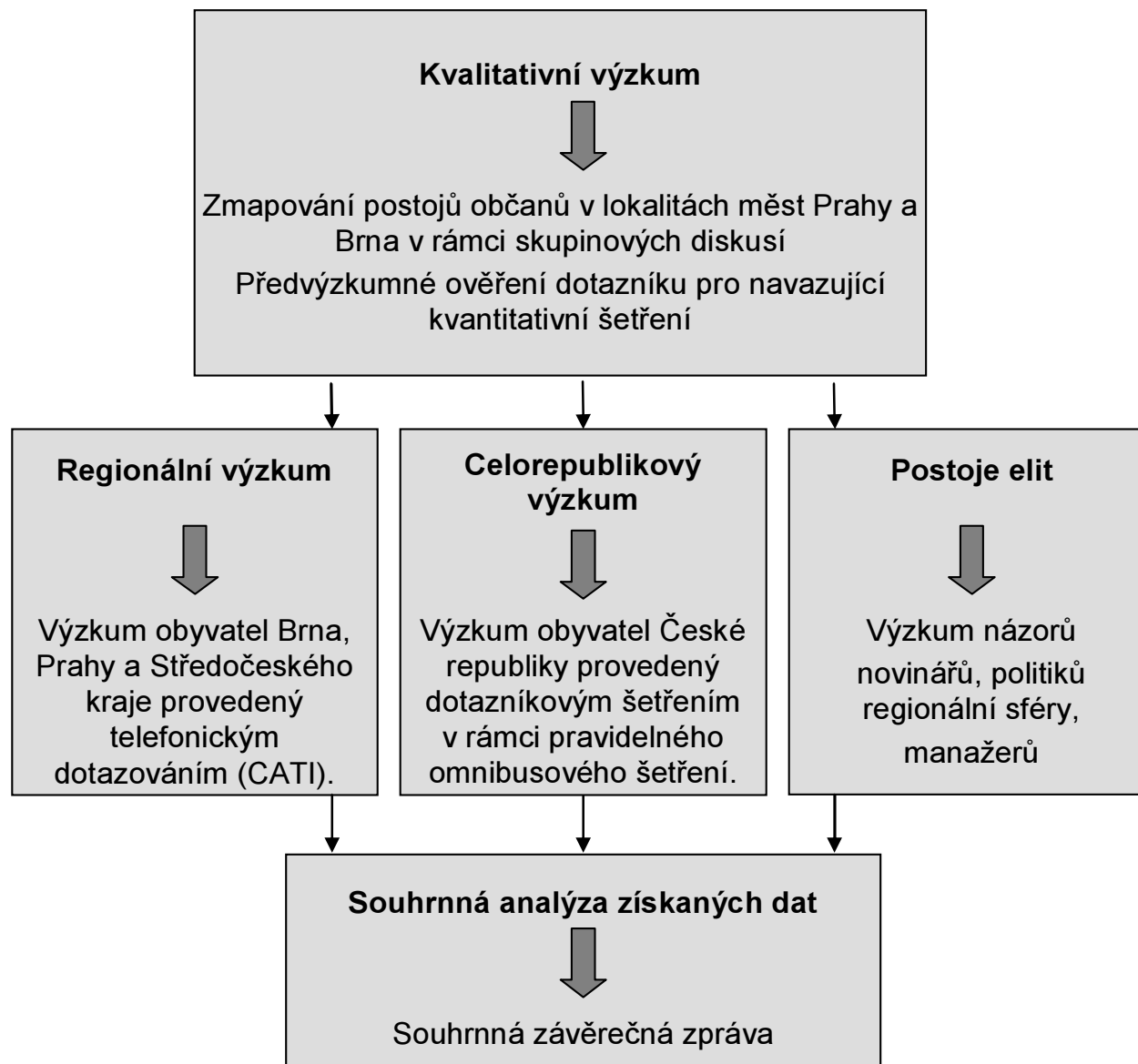
BVV



Veletřhy
Brno

Výzkum Factum Invenio

20



www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre

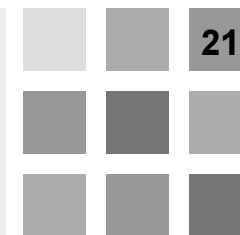


BVV

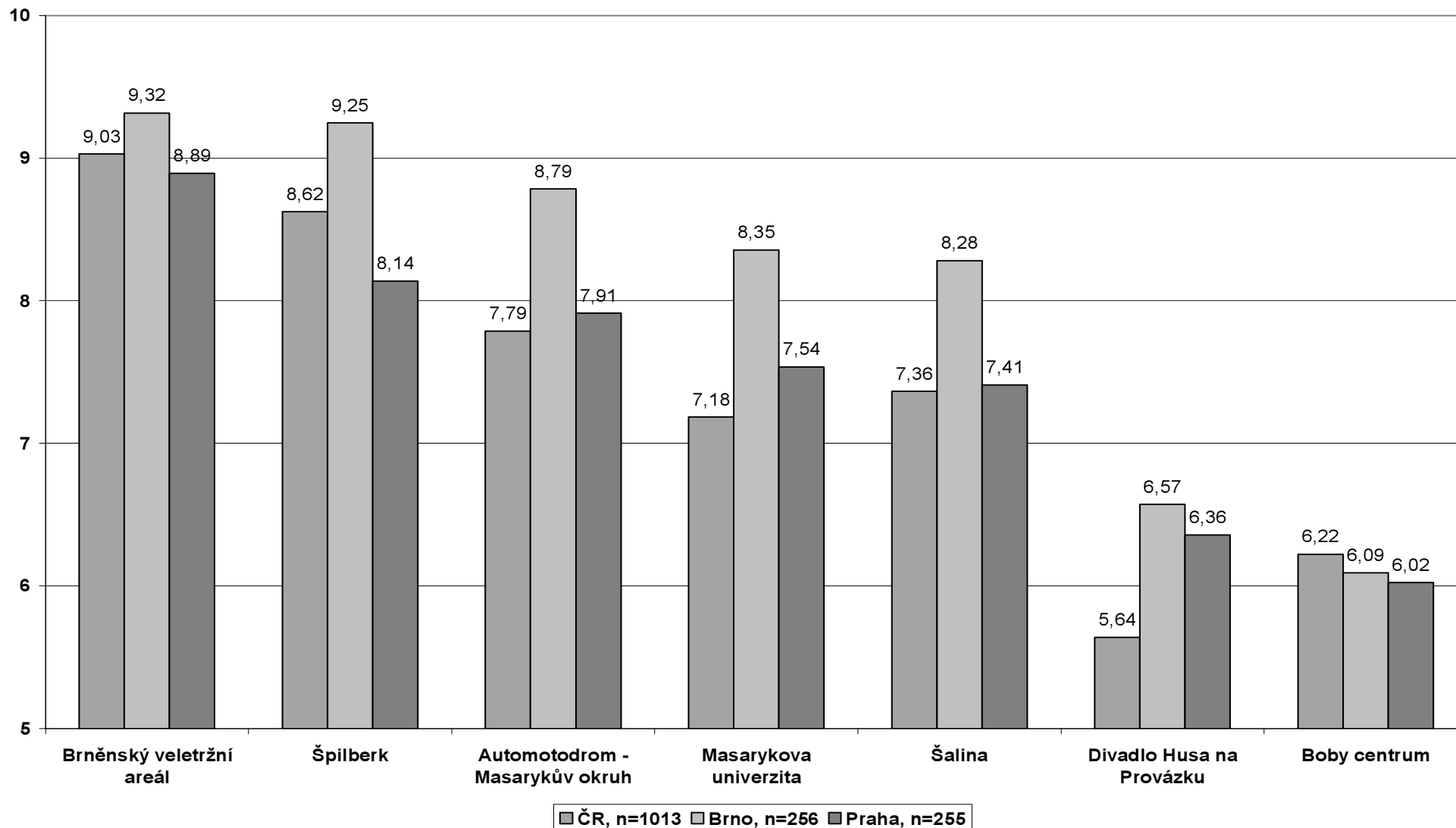


Veletřhy
Brno

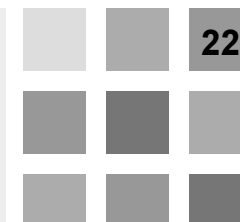
Veletržní areál – možný symbol města



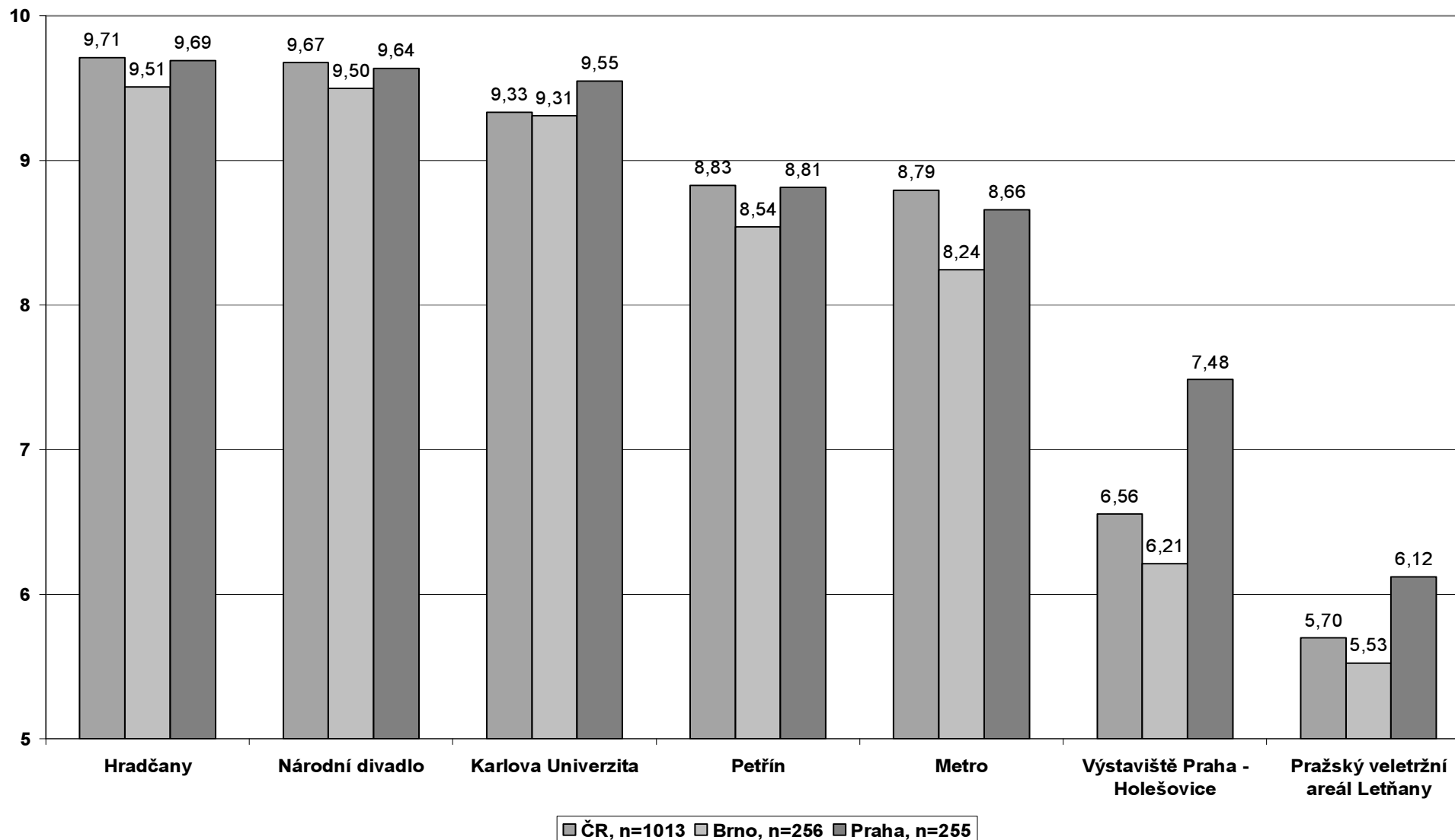
Typické symboly Brna



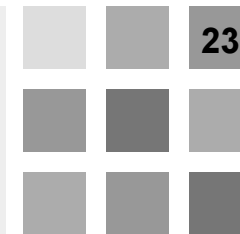
Veletržní areál – možný symbol města



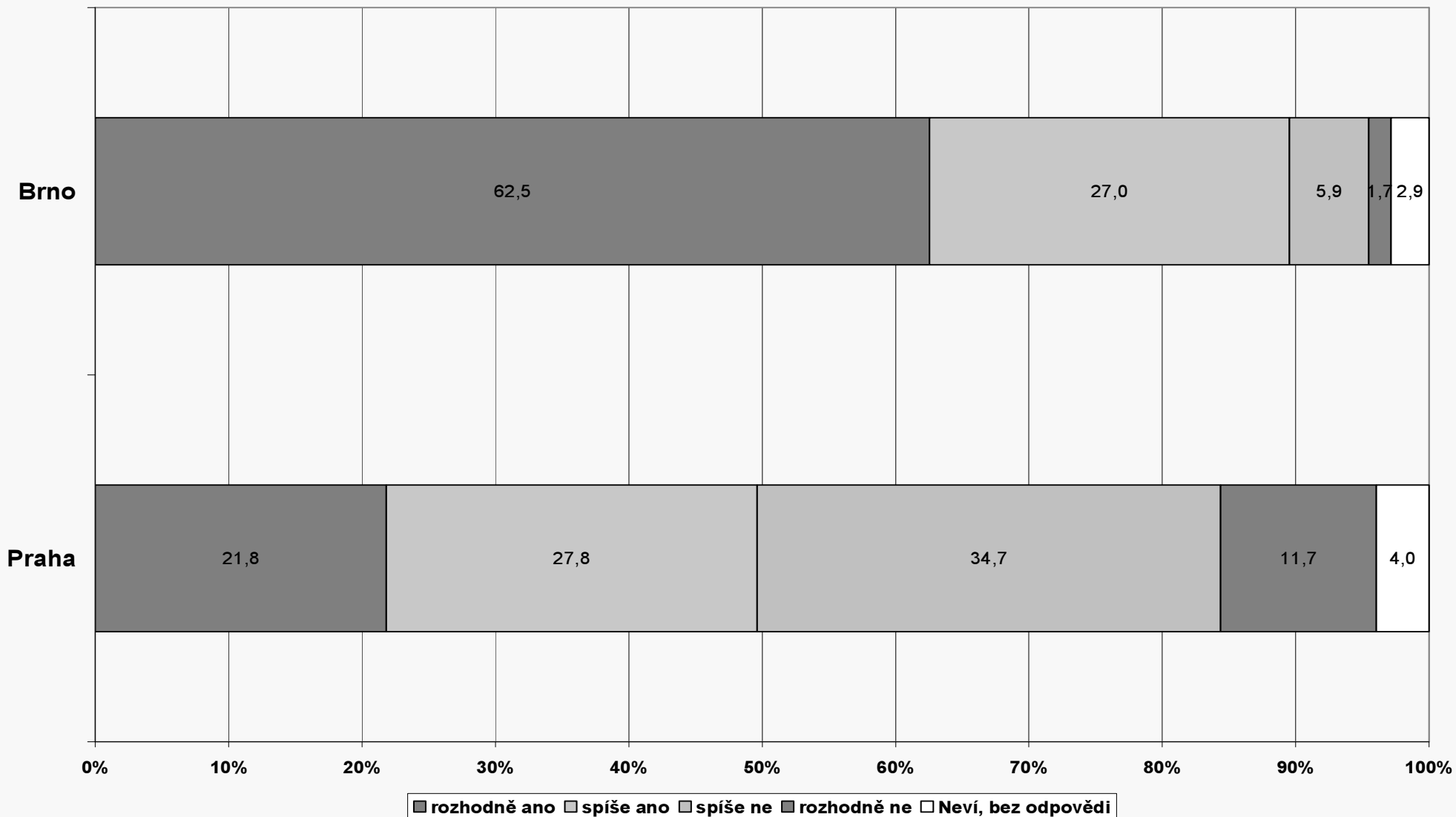
Typické symboly Prahy



Veletrhy jako součást image



Považujete spojení "Brno/Praha - veletržní město" za výstižné?



Veletrhy jako součást image

24

- Brno vnímá jako veletržní město skoro devět z deseti obyvatel ČR.
- Obyvatelé ČR považují spojení „Brno – veletržní město“ za velice výstižné. S tímto spojením souhlasí nejen samotní Brňané (96,5 %), ale i Pražané (93,7 %)
- Pro Prahu se charakteristika „Praha – veletržní město“ zdá být výstižná přibližně polovině obyvatel ČR.
- Závěr:
 - profil Brna je veletržní
 - image Prahy stojí na jiných attributech

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

BRNO

HLAVNÍ MĚSTO

VELETRHŮ

B | R | N | O |

BVV



Veletřhy
Brno



Přínos veletrhů pro region

Roland Berger
Strategy Consultants

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Ekonomický přínos veletrhů

27

**PŘÍMÉ EFEKTY + NEPŘÍMÉ EFEKTY + INDUKOVANÉ
EFEKTY = CELKOVÝ EFEKT**

✓ **Přímé efekty**

= výdaje a investice návštěvníků a vystavovatelů,
spotřební výdaje z mezd BVV

✓ **Nepřímé efekty + indukované efekty ve výrobě,
obchodu a službách**

= výdaje vystavovatelů a návštěvníků na cestovní
náklady, ubytování, stravování, mzdy zaměstnanců, příprava
účasti, reklama, provoz expozice, dodatečně vytvořené
příjmy a dodatečně vytvořená spotřeba

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Vyčíslení finančních efektů

v jednom roce

✓ průměr 2002/2003

28

∅ 2002 / 2003

HDP (mld. Kč)

3,95

Zaměstnanost

9.105

Daňové příjmy (mld. Kč)

0,87

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Zdroj: Prof. Dr. R. Hujer, Institut für Ökonometrie und Statistik der J.W. Goethe-Universität
Frankfurt am Main; Roland Berger

Veletrhy jsou důležitým faktorem pro rozvoj města (Brna)

29

■ Zlepšení kvality života

- zlepšení infrastruktury
- trávení volného času
- atraktivní pracovní místa

■ Kvantitativní efekty

- 10,4 mld. Kč výroba
- 4,0 mld. Kč HDP
- 0,9 mld. Kč daňové příjmy
- 9,1 tis. zaměstnanost

■ Vytváření image

- instrument marketingu lokality
- podpora turismu
- profilování lokality
- usidlování nových firem

■ Usidlování nových firem

- firmy nabízející servis
- stavební firmy
- reklamní agentury
- ostraha, zpracování odpadu atd.

■ Podpora malých a středních podnikatelů

- možnosti prezentace podnikatelů
- výhoda na trhu
- získání know-how

Faktory úspěšnosti

Zhodnocení lokality (Brno)

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



Analýza účinnosti veletrhů MAP ČR

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno

Výzkum MAP ČR a BVV

31

- Klíčový cíl: Nalézt a kvantifikovat objektivní kritéria svědčící o efektivitě/účinnosti veletrhu
- V rámci výzkumu bylo osloveno 1.150 respondentů
- Termín výzkumu: 7. 6. 2003 – 5. 3. 2004
- Typ výzkumu: kvantitativní analýza (s využitím kvalitativních metod)
- Zkoumaný vzorek: kvótní náhodný výběr v areálu výstaviště
- Způsob sběru dat: face to face, dotazníky obsahující škálové položky, polostrukturované i otevřené otázky
- Výzkum byl proveden v rámci veletrhů Autosalon 2003, MSV 2003, Invex 2003, Sport life 2003, Styl-Kabo 2004 a Salima 2004

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV

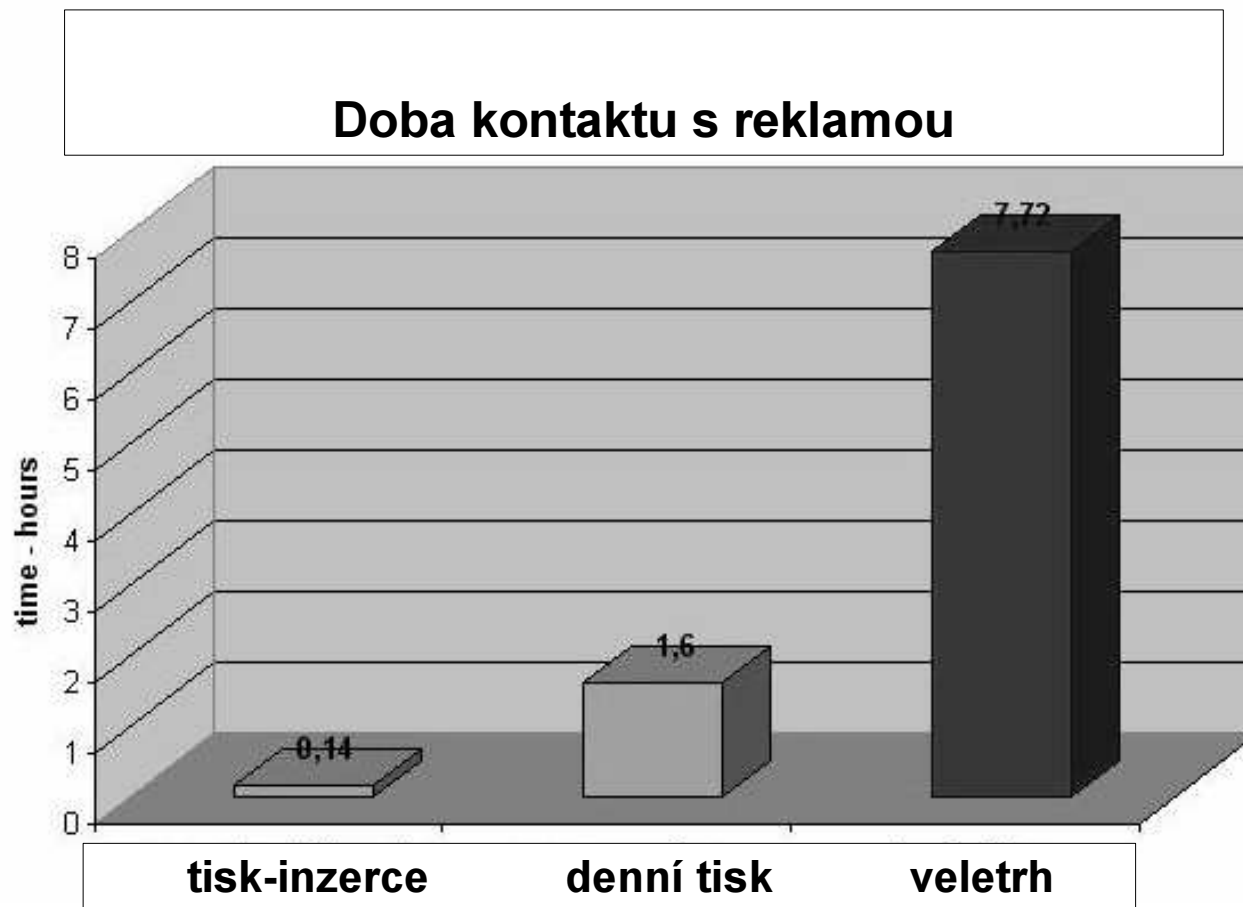


Veletřhy
Brno

Efektivita veletrhu

32

... čas věnovaný na reklamu



■ Doba strávená na veletrhu je:

- 5x delší než doba strávená čtením tisku
- 55x delší než doba strávená četbou inzerátů

www.bvw.cz

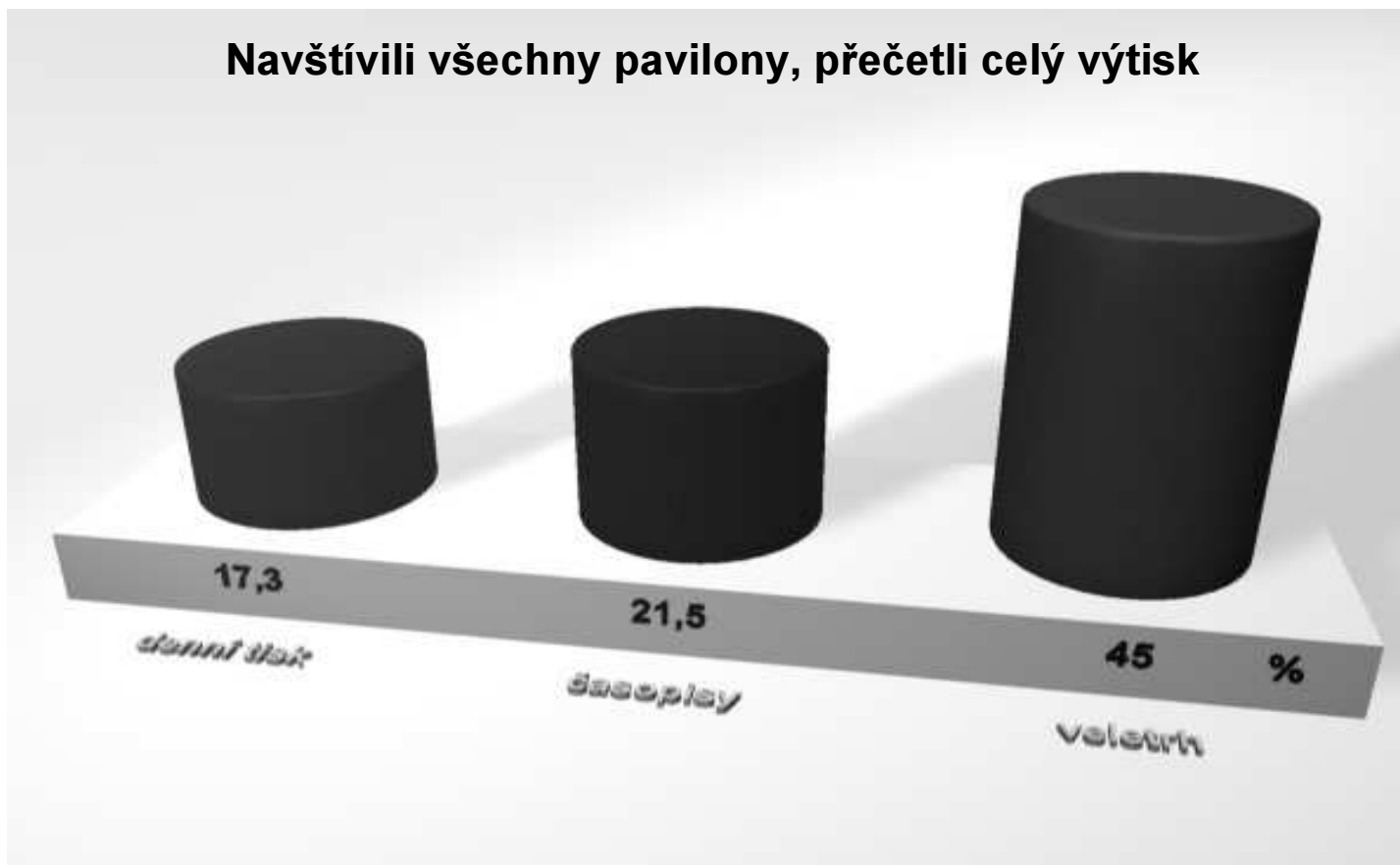
Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



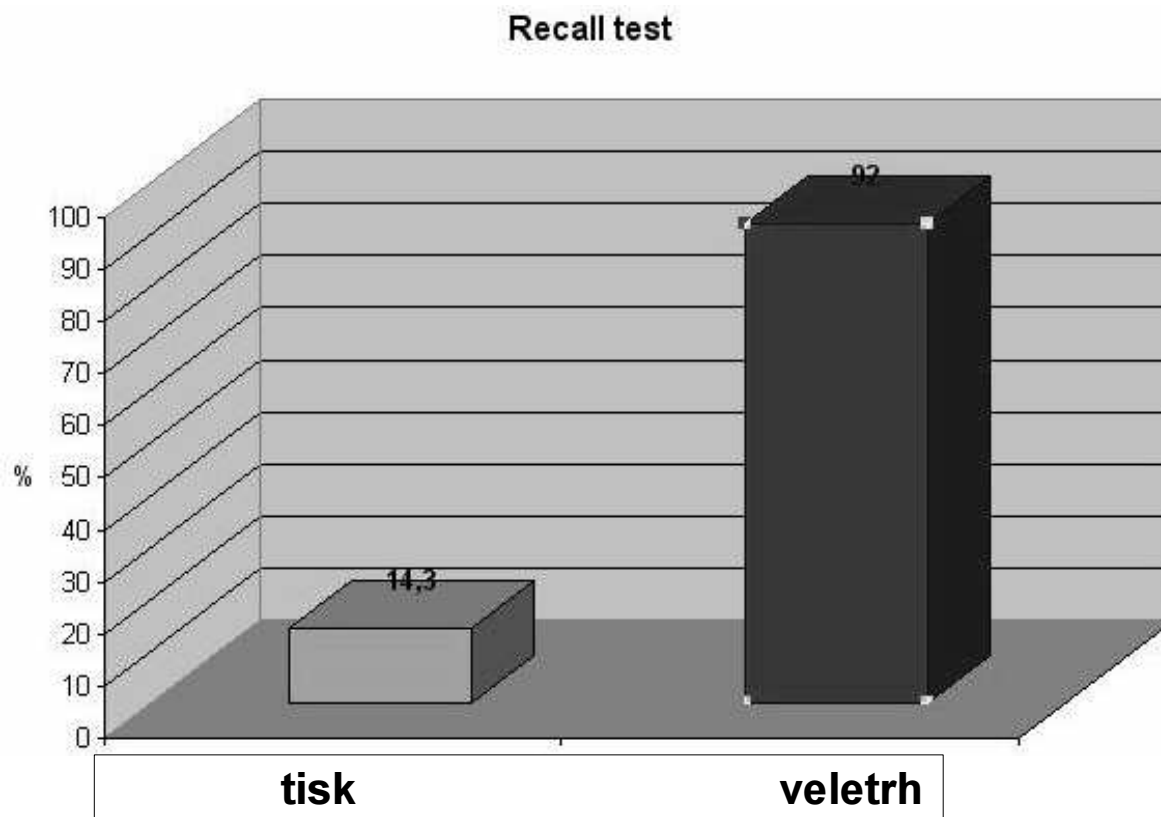
Veletrhy
Brno

- Celý veletrh shlédne 45 % návštěvníků, celý výtisk novin a časopisů přečte průměrně 19,4 % čtenářů.
- Pravděpodobnost setkání se s komunikačním sdělením konkrétního zadavatele je na veletrhu tedy více než dvojnásobná než u odborného tisku.

Efektivita veletrhu

34

... Jak si vás zapamatují?



- **Návštěvníci veletrhu, kteří byli schopni na základě fotografie expozice vybavit si vystavovatele, byli 6 x úspěšnější než čtenáři tisku, kteří si byli schopni na základě inzerátu vybavit inzerenta. Veletrhy tedy mají vyšší úspěšnost jak pro vytváření povědomí, tak následné budování image firmy!**

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletrhy
Brno



Kvantitativní marketingové průzkumy



Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

Základní údaje

36

- Průzkum mezi návštěvníky a vystavovateli realizujeme dle jednotné metodiky od roku 2000
- Za rok 2005 uskutečněno:
 - celkem 9.682 interview mezi návštěvníky a 3.266 rozhovorů s vystavovateli
 - Průzkum realizován na: 26 veletrzích
- Technika sběru dat: řízený rozhovor vedený podle dotazníku s užitím formalizovaných i otevřených otázek
- Tazatelé: posluchači oboru ekonomie a sociologie Masarykovy univerzity v Brně
- Roční shrnutí: Celková analýza návštěvníků a vystavovatelů

www.bvv.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno



... na závěr ...

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno

- Jedním z nejdůležitějších předpokladů kvalitního průzkumu je dobře sestavený dotazník a scénář výzkumu ...
- ... a dobrá agentura, která by měla předat kromě manažerského shrnutí také komentáře k výsledkům, v ideálním případě přechází spolupráce do podoby poradenství
- Důležitá je koordinace průzkumů z jednoho místa (úsek marketingu)
- Výdaje na výzkum by neměly představovat náklad, ale INVESTICI
- Nutno využívat průzkumy pro zlepšení svého businessu

VÝZKUM JE NÁSTROJ, NE DOGMA

www.bvw.cz

Central European
Exhibition Centre



BVV



Veletřhy
Brno