

Základy marketingového výzkumu

Petr Pakosta

- 2004 FSS
- Tambor (výzkum trhu)
- OgilvyOne (reklamní agentura)
- 2007> FSS (populační věda, sociologie rodiny, atd.)
- Kontakt: pakosta@fss.muni.cz, dv. 317

Osnova

- Formální požadavky
- Uvedení do problematiky
- Základní pojmy
- Cíle a prostředky výzkumu trhu
- Historie trhu
- Situace výzkumu trhu v ČR
- Teorie x Jogurty

Formální požadavky

- Literatura
- Zkouška – 6 kreditů
- Úkoly:
 - 1) Vypracovat „desktop research“ prezentaci založenou na veřejně dostupných datech (internet, noviny, atd.) a představit tak jeden z FMCG trhů (Fast Moving Consumer Goods)
 - 2) Do konce semestru najít v médiích 1 příklad scestné interpretace výzkumu, nepochopení fungování statistiky, chyb při prezentování dat

Úkol 1

- trh přístrojů MT
- trh spotřební elektroniky a) audio b) video
- pevné linky
- banky a) vklady, b) úvěry
- leasingové společnosti / splátkové společnosti
- pojištění životní
- pojištění neživotní
- penzijní připojištění
- stavební spoření
- trh bílé techniky
- trh zahradní techniky

Úkol 1

- trh výpočetní techniky,
- automobily osobní - malá/střední/vyšší třída / užitkové
- trh jízdních kol
- trh outdoorového oblečení
- trh outdoorové obuvi
- mediální trh - a) TV, b) rozhlas, c) tisk-noviny, d) tisk-časopisy

Úkol 1

- pivní trh
- trh lihovin
- cigaretový trh
- prací prášky
- dětské plenky
- jogurty a) bílé b) ovocné, c) tvarohy
- trh biopotravin

Úkol 1

- Popis trhu, vlastnické struktury, vyčíslení trhu a rozdělení trhu, základní pojmy, produkty a služby, nové trendy
- Min. 10 min., max. 15 min.

Úkol 2 (příklady)

- ...Socialisti si také mírně pohoršili - před prázdninami by je volilo **33,7** procent voličů, na začátku školního roku jim připadl výsledek **32,6**... (idnes.cz, 16.9.2008)
- Nehody cyklistů - dětí do patnácti let na Liberecku prudce rostou...
za rok 2007 23
za rok 2006 10 (Mf Dnes, 25.1.2008)
- Průměrná mzda v ČR, i přes krizi, roste...

K čemu výzkum trhu?

Trendy

- Diferenciace (touha odlišit se)
- Homogenizace (masovost nabídky i poptávky)
- Převís nabídky nad poptávkou

=> Nutnost výrobců vycházet vstříc potřebám
zákazníků

srovnej Simmel (O módě)

„Červená královna“ aneb „Je to honička být jednička“

Jednička na trhu:

„No v našem kraji“, řekla *Alenka*, dosud ještě trochu zadýchaná, „*se obvykle dostaneme někam jinam* – když takhle rychle dlouho běžíte, jako jsme my běžely“.

„Nějaký pomalý kraj!“ řekla *Královna*. „Nu, zde, jak vidíte, potřebujete běžet, kolik dovedete, abyste zůstala na místě. *Chcete-li se dostat někam jinam, musíte utíkat aspoň dvakrát tak rychle!*“
(Carrol, 1871).

Matt Ridley: Červená královna – sexualita a vývoj lidské přirozenosti.

Marketingový mix 4P

- Price
- Placement
- Promotion
- Product
- **People.....**
- Souvislost marketingového mixu a výzkumu trhu
- 4, 5, 6 nebo 7P?

- Neplést si s „media mixem“:-)

Marketingový mix 4C

- Product = **zákaznická hodnota** (Customer Value)
- Price = **zákazníková vydání** (Cost to the Customer),
- Placement = **zákaznické pohodlí** (Convenience),
- Promotion = **komunikace se zákazníkem** (Communication).

Základní úlohy výzkumu trhu

1) Zmapování trhu

- U&A (usage & attitude)
- Segmentace

2) Test výrobků, služeb

- Test konceptu
- Pre-test
- Post-test
- Cenový test

Základní úlohy výzkumu trhu

3) Komunikace a reklama

- Test konceptu
- Pre-test
- Post-test
- Sledování úspěšnosti reklamy (monitoring reklamy)
- Umístění značky na trhu

Základní úlohy výzkumu trhu

4) Spokojenostní studie

- Spokojenost zákazníků
- Spokojenost zaměstnanců
- Spokojenost distribučního řetězce

5) Výzkumy zaměřené na spotřební chování

- Spotřební deníky
- Peoplemetry
- media projekty

Přehled agentur v ČR

Pražské:

Factum Invenio

GfK

Median

STEM/MARK

IPSOS-TAMBOR

TNS-AISA

SC&C

CVVM

DIMAR

Opinion Window

AC Nielsen

Milward Brown

Brněnské:

Focus

Brand Brothers

Augur

AMAR

Historie výzkumu trhu

- Masová spotřeba a produkce
- De-lokalizace výroby
- Přesun produkce z domácností do továren
 - *Srovnej Polanyi - komodifikace*
- Značky
- Převis nabídky nad poptávkou => rozvinutá tržní ekonomika
- Velká hospodářská krize v USA

- Gallup

Přehled oborů vhodných k výzkumu

- Spíše negativně vymezit
- Zemědělství
- Těžký průmysl
- Veřejná sféra
- Farmacie a chemický průmysl vůbec

Co se zkoumá nejvíce?

- FMCG
- Finance
- Telekomunikace
- Automobilový průmysl
- Maloobchod
- Média