



A kutató, mint tanácsadó az ügyfél szemével

*Dr Kovács Gusztáv
senior kategória menedzser
Teva Magyarország Zrt*



Az elmúlt években az üzleti körülmények gyökeresen **megváltoztak** és általában már **nincs idő** több hónapig tartó döntés-előkészítő folyamatokra.

Többször előfordul, hogy **néhány hét** van a probléma felmerülése és megoldása között.



Ez mélyen érinti a kutatásokat is:

- **problémák** vannak
- a feladat megrendelése és az végső döntése között **néhány hét** van legfeljebb
- nincs idő a kutatást értelmező döntés-előkészítésre: a kutatótól **megoldást** várunk a problémára.



Az ügyfél oldalon ma már a

- **gyorsan** áttekinthető,
- **könnyen** értelmezhető és
- **ajánlásokat** is tartalmazó kutatási anyagokra van szükségünk.



Egyre inkább azokat a kutatókat preferáljuk,

- akik **értik** a problémát,
- és tapasztalataikra, kiterjedt piacismereteikre támaszkodva segítenek a probléma **megoldásában** is
- nem csak egy kutatási jelentést tesznek le az asztalunkra, de **tanácsaikkal** utat is mutatnak.



Lehetséges megoldások:

- tanácsadó cég bevonása
- a kutató cég, mint tanácsadó
- vagy...



Tanácsadó cég

- probléma orientált
- piacismeret
- átlátják a cég működését
- egyetlen megoldásszállító
(stratégiai elemzés,
kutatás, tanácsadás)
- generalisták
- speciális kutatásokhoz
alvállalkozókat alkalmaznak
- drága
- csak nagyobb, stratégiai
projektekhez alkalmazzák



Kutató cég

- specialisták
- mély módszertani, elemzési szakértelem
- kisebb projekteken nagyobb rugalmasság
- nincs mély, átfogó piacismeret
- sokszor hiányzik a döntési felelősség felvállalása
- etikai problémát okozhat a korábbi kutatások során szerzett tudás megosztása



Tanácsadó vs. Kutató cég?

Az ügyfél szempontjából:

- probléma orientált
- gyors
- rugalmas
- költséghatékony
- és az adott megoldás működőképes!



A szakmaiságot garantáló lehetséges megoldások...

- tanácsadó és kutató cég együtt...
 - DE! hosszadalmas, költséges lehet
- integrált tanácsadó-kutató cég
- kutató szakember beemelése az ügyfél oldalra, aki felügyeli a szakmaiságot
- vagy marketinges szakember beemelése az ügynökségi oldalra, akivel az ügyfél közvetlenül kommunikálhat...



A trójai ló (kutató az ügyfél oldalon)...

- specialista
- mély módszertani, elemzési szakértelem
- átfogó piacismeret
- kiváló cégismeret
- cégen belüli kutatások ismerete, az ott szerzett tudás megosztása
- véges kapacitás



A kakukktojás (marketinges az ügynökségi oldalon)...

- marketinges gondolkodásmód beépülése
- közvetlen kommunikáció (szóértés)
- helykeresés...



Best practice I.

- *Probléma: termék bevezetése új, még nem létező kategóriába*
- *Várt output: launch stratégia*
- *Megoldás: stratégiai tanácsadó megbízása*
 - *szükséges kvalitatív és kvantitatív kutatásokat kutató cég bevonásával*



Best practice II.

- *Probléma: a márka növekedése megtorpant*
- *Várt output: a növekedési barrier beazonosítása és javaslat a lehetséges megoldásra*
- *Megoldás: kutató cég megbízása*
 - *a kutató cég speciális módszertana alkalmas volt a barrier beazonosítására és a lehetséges megoldásra is kaptunk tanácsokat*



Best practice III.

- *Probléma: a márka megújítása során hogyan változzon a csomagolás design*
- *Várt output: a 3 design irányból melyik alkalmas a márka megújításának támogatására, illetve milyen további módosítások szükségesek*
- *Megoldás: kutató cég megbízása*
 - *a márkastratégiát leginkább támogató irány kiválasztásán túl a további módosításokra is kaptunk iránymutatást*



Végül, de nem utolsó sorban...

A változó körülmények új igényeket generálnak.

Az igények adottak, azonban még mind az ügyfél, mind a kutatói oldal keresi a helyét...