

Kutatás 2013

2013.04.09. - 2013.04.10.

Helyszín: Tapolca, Hotel Pelion, április-9-10.

Program

2013.04.09. Helyszín: SZINAPSZIS TEREM

10:00-12:40

Előadás

Plenáris ülés

A Kutatás 2013 és a vele párhuzamosan zajló Médiapiac 2013 megnyitója közös. A plenáris ülés részletes programja [itt](#) található.

A két konferencia programja délután külön folytatódik.

12:40-14:00

Ebédszünet

14:00-14:10

Előadás

Szekció megnyitó

Nyitó gondolatok az ügyfélközpontú kutatásról.

Előadó: [Kertész Balázs](#) (*Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.*)

14:10-14:30

Előadás

Átütő innováció: a kihívás kívülről érkezik

Egyre több olyan innovációnak lehetünk tanúi, ahol az innovátor képes megakasztani, felborítani egy-egy iparág megszokott rendjét és teljesen új modellt hoz az átformált piacra. Ezek az átütő innovációk mindig kis körökből, az iparágon kívülről érkeznek. Az üzlet megszokott menete, a szakma régi rendje napjainkban megakadóban van a piackutatási iparban is, ugyanilyen külső kihívások miatt. Hogyan vegyük fel a ritmust, hogyan maradjunk versenyben?

Előadó: [Bitter Brunó](#) (*Next Wave Europe Kft.*)

14:30-14:50

Előadás

The value of market research in times of crisis. A case study

Az előadás alapját egy példa nélkül állóan nagy adatfelvétel (50 ezer fős kutatás) képezi, amelyben az utas-mix bemutatásán túl az utasok véleményéről kapunk visszajelzést a repülőtéri szolgáltatásokkal kapcsolatban. A kutatásból nyert insightok elősegítették a Budapest Airport új légitársasági partnereinek bevonását is.

Előadó: [Patrick Bohl](#) (*Budapest Airport Zrt.*)

14:50-15:10

Előadás

Mit és hogyan mérnek, kutatnak az internetes vállalatok?

Az internet megjelenése fenekestől forgatott fel mindent: egyik nap milliomosokat csinált diákokból, másik nap kíméletlenül söpört el megdönthetetlennek hitt üzleti modelleket és az azokat alkalmazó, évszázados múlttal rendelkező cégeket. Ebben a felgyorsult, turbulens világban minden ugyanaz, de minden kicsit más mint korábban volt: a mérés, piackutatás szerepe és formája is át/felértékelődött. Starcz Ákos előadásában ennek a gyorsan változó, új/régi világnak a sajátosságairól beszél és a legnagyobb hazai webáruház, a Shoptline példáján keresztül világítja meg azt a kérdést, hogy mire is használják a kutatásokat a vezető online cégek.

Előadó: [Starcz Ákos](#) (*Shoptline webáruház Nyrt.*)

15:10-15:30

Kávészünet

15:30-15:50
Előadás

A kutatás szerepe a Szerencsejáték Zrt. piaci és fogyasztói információgyűjtési rendszerében

Az előadás a kutatási cégek és az azok szolgáltatásait igénybevevő szervezetek kapcsolódásait mutatja be a Szerencsejáték Zrt. és a Kutatópont Kft. együttműködésének példáján keresztül. A prezentáció a hazai szerencsejáték-szolgáltató igényére épülő fogyasztói és piaci információs rendszer bemutatására fókuszál.

Előadó: [Katona Norbert](#) (*Szerencsejáték Zrt.*), [Zotter Judit](#) (*Kutatópont Kft.*)

15:50-16:00
Előadás

Egy vállalati kutató hétköznapjai

Az előadás egy vezető kutató, kutatási vezető tevékenységein, feladatain, bosszankodásain és örömein át mutatja be a médiacég igényeit kutatási szempontból.

Előadó: [Máth András](#) (*Ringier Kiadó Kft.*)

16:00-16:20
Előadás

A kutató, mint tanácsadó az ügyfél szemével

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

Előadó: [Kovács Gusztáv Dr.](#) (*Teva Magyarország Zrt.*)

16:20-16:40
Előadás

Big Data a CEMP-nél: Ident

Mire használható az online kiadóknál keletkező óriási adattömeg?

Előadó: [Hargita Nándor](#) (*Inda-Labs*), [Ihász Ingrid](#) (*CEMP*)

16:40-17:00
Előadás

Egy jó mérőszám már fél megoldás

A Tesco vezető kutatója azt a témát járja körbe előadásában, hogy a változó piaci környezetben is változatlanok az elvárások azzal kapcsolatban, hogy mire van igénye az ügyfélnek és mire nincs.

Előadó: [Bagyánszki Éva](#) (*Tesco*)

17:00-18:00
Fórum

És mit gondolunk mi?

Ügyfélközpontú kutatás a kutatóügynökségek szemével.

Résztevő: [Géczi Tamás](#) (*Ipsos Zrt.*), [Kertész Balázs](#) (*Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.*), [Perjés Tamás](#) (*TNS-Hoffmann*)

2013.04.10. Helyszín: SZINAPSZIS TEREM

10:00-10:10
Előadás

Nyitó gondolatok a második naphoz

Bevezető.

Előadó: [Kertész Balázs](#) (*Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.*)

10:10-10:25
Előadás

Így kutatunk most. A médiapiaci változások hatása a piackutatás szerepére és feladataira

Az elmúlt évek változásai, a gazdasági válság, a gyorsuló technológiai fejlődés, a rendelkezésre álló adatok mennyisége naponta kihívások elé állítják a kutatókat, miközben a „hagyományos” piackutatási eszközök és módszerek relevanciája gyengülni látszik.

Előadó: [Sasvári Gabriella](#) (*Sanoma Media Budapest Zrt.*)

10:25-10:40 Előadás	<p>Mitől jó együtt?</p> <p>A legjobban hasznosítható kutatási eredményeknek csak egyik pillére az innovatív, kiemelkedő szakértelmet tükröző módszertan. Legalább ugyanennyi múlik azon is, hogy milyen rendszert és keretet alakítunk ki az ügynökségekkel az együttműködésre. Mit tegyünk, és mit ne tegyünk, illetve mit várjunk el, és mit ne várjunk el a partnerektől ahhoz, hogy a legtöbbet kaphassuk tőlük?!</p> <p>Előadó: Kőrös Tamás (InsightLab), László Ágnes dr. (EURáció Kft.)</p>
10:40-10:55 Előadás	<p>Kutatás szinergia. Valós probléma feltárása több nézőpontból</p> <p>Az előadás az OTP panaszkezelésével kapcsolatos véleményeket mutatja különböző minőségbiztosítási kutatások eredményein keresztül. Az előadó arra világít rá, hogy egy problémát célszerű több aspektusból megvizsgálni, hogy releváns következtést vonhassunk le.</p> <p>Előadó: Ferenczhalmy Bálint (OTP Bank)</p>
10:55-11:10 Előadás	<p>It a vége, fuus el véle</p> <p>Az előadás konkrét példák segítségével mutatja be, hogy milyen kockázatai vannak kizárólag a piackutatási eredményekre alapozni üzleti döntéseket.</p> <p>Előadó: Máder Miklós Péter Dr. (Magyar Telekom, ELTE, Lindenlife Bt.)</p>
11:10-11:40	Szünet
11:40-11:55 Előadás	<p>Szabadulj, ha tudsz: kijutós játék, piackutatókkal a csapatban</p> <p>Szűk szoba, lassan rátok záródó ajtó. 60 perctek van, hogy kijussatok, aztán elfogy a levegő. Mit tehetsz, ha drasztikusan szűkülni látszik az, amire céged tevékenysége épül? Hogy találd meg a kiutat, mielőtt teljesen elfogy körülötted a levegő? Ilyenkor különösen felértékelődik a másképp gondolkodás, a külső partnerek bevonása. Az előadás a Sodexo példáján keresztül mutatja be, hogy egy ilyen kiélezett helyzetben milyen szerep jut a kutatóknak, és milyen képességek segítik az együttműködést.</p> <p>Előadó: Dezse Boglárka (Sodexo Motivációs Rendszerek)</p>
11:55-12:10 Előadás	<p>Purchase Decision Journey</p> <p>Hogyan működik a döntési mechanizmus az első kontaktustól a vásárlásig? Magyar esettanulmányok: kutatási és marketingeszközök, szoftverek, stratégia.</p> <p>Előadó: Damjanovich Nebojsa</p>
12:10-12:25 Előadás	<p>Lehetőségek és korlátok a hazai piackutatás oktatásában</p> <p>Az előadás áttekinti a piackutatás oktatásának hazai helyzetét, képet ad a célokról, lehetőségekről, elvárásokról. A téma alkalmas arra, hogy közös gondolkodást indítson el a kutatói, a megrendelői és az oktatói oldal képviselői között.</p> <p>Előadó: Neulinger Ágnes (Budapesti Corvinus Egyetem)</p>
12:25-12:35 Előadás	<p>A konferencia zárása</p> <p>Zárógondolatok.</p> <p>Előadó: Kertész Balázs (Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.)</p>