

Kutatás 2014

2014.03.19. - 2014.03.20.

Helyszín: Siófok, Prémium Hotel Panoráma

Program

2014.03.19. Helyszín: PANORÁMA TEREM

09:30-12:15

Előadás

Plenáris program

A Kutatás 2014 és vele párhuzamosan zajló Médiapiac 2014 megnyitója közös. A plenáris ülés részletes programja [itt](#) található.

A két konferencia programja délután külön folytatódik.

12:15-14:00

Ebédszünet

14:00-14:10

Előadás

A konferencia megnyitása

Előadó: [Bán Csilla](#) ([Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.](#))

14:10-14:20

Előadás

Jövő a jelenben

Bevezető gondolatok.

Előadó: [Babocsay Ádám dr.](#) ([Saatchi and Saatchi](#))

14:20-14:40

Előadás

Online vagy mobil kutatás? Mindkettő!

2014-ben indult Magyarországon az e-net online kutatási rendszere, amely jelenleg 15 ezer taggal rendelkezik. A platform a "hagyományos" online kutatásokon túl hamarosan mobil (okostelefonos) kutatásokra is alkalmas lesz. De vajon mire jó egy ilyen hibrid kutatási megoldás, miben jobb, mint egy csupán online rendszer és hol igényel további fejlesztéseket?

Előadó: [Pintér Róbert Dr.](#) ([eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.](#))

14:40-15:00

Előadás

Samsung SmartLab: hogyan alakítják a fogyasztók a mindennapi üzleti döntéseket

Samsung esettanulmányának középpontjában a SmartLab közösség áll, amelynek célja a széleskörű fogyasztói bevonódás és részvétel. Az online közösség önkéntes tagjai arra vállalkoztak, hogy véleményükkel és közreműködésükkel segítik a Samsung munkáját, így támogatva a napi üzletmenetet.

Előadó: [Erős M. Attila](#) ([Samsung Electronics](#))

15:00-15:20

Előadás

Ció, ráció, migráció, emigráció - kutató kollégáink külföldön

Milyen motivációkkal indultak útnak kollégáink? Megváltozott-e ez az értékészlet, motivációs bázis a tapasztalatok hatására? Mik a hazaitól eltérő szakmai kihívások, amikkel találkoznak? Milyen tárgyi, szellemi környezetbe érkeztek, ezeket a jellemzőket hogyan értékelik?

Előadó: [Mészáros József](#) ([Cognitive](#))

15:20-15:40
Előadás

Merjünk nagyok, lenni: Lehet-e a kutató valódi stratégiai tanácsadó?

Az előadás azt tárgyalja, milyen új típusú elvárásokkal szembesül a kutató és a kutatási szakma a globális ügyfelek részéről. Az előadás gyakorlati példákon keresztül mutat be néhány olyan eszközt és folyamatot, amely segít a kutatási eredményeket a vállalati stratégiára valós hatást gyakorló információvá átalakítani.

Előadó: [Koska Gábor](#) (*Added Value Paris*)

15:40-16:00
Előadás

Láss, ne csak nézz. Szemiotikai elemzés a piackutatásban

A szemiotika a jelek tudománya. A szemiotika eszköztárának segítségével survey technikák alkalmazása nélkül tárulnak fel a jelen és a jövő jelenségei az elemző számára.

Előadó: [Hoffmann Márta dr.](#) (*TNS Hoffmann*)

16:00-16:20
Előadás

Ami új, az jobb is?

Egy innováció önmagában nem jó vagy rossz, a kifejezés csak annyit sugall, hogy újdonság. A piackutatás területén az innovációk nagy része technikai, leggyakrabban az adatfelvétel hatékonyságára vannak hatással. Az újítások kapcsán a kutatóknak kötelező feltennie a legtriviálisabb kérdést: vajon az innováció hoz-e előrelépést a megszerzett információ minőségében, vagy csupán hatékonyabban jutunk hozzá az adathoz. Az előadás az online kvalitatív kutatások tapasztalatai alapján járja körbe a fenti kérdéseket.

Előadó: [Pohl Zsuzsanna](#) (*Millward Brown Hungary Kft.*)

16:20-17:00
Fórum

Minőségbiztosítás a kvalitatív kutatásokban?

Kerekasztal-beszélgetés vállalati és ügynökségi kutatók részvételével a kvalitatív kutatások esetében szükséges és vállalható minőségbiztosításról és a Pixerről.

Résztevő: [Ferenczhalmy Bálint](#) (*OTP Bank*), [Hoffmann Márta dr.](#) (*TNS Hoffmann*), [Jakab Áron](#) (*BellResearch*), [Kovács Ágota](#) (*Philip Morris Magyarország Kft.*), [Pohl Zsuzsanna](#) (*Millward Brown Hungary Kft.*)
Beszélgetésvezető: [Bán Csilla](#) (*Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.*)

17:00-17:15
Előadás

Mit mond a GRIT?

A GRIT már-már etalonnak számító nemzetközi felmérésorozatot a kutatási módszertanok alkalmazásáról. Az előadás a legfrissebb eredmények fényében veti fel a kérdést, mit alkalmazunk, alkalmaznánk mindebből Magyarországon.

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

17:15-17:50
Fórum

Mit mond a GRIT nekünk?

Az előadást követően szigorúan interaktív útkeresés: Miként látjuk az új, innovatív technológiákat hazai kutatók szemszögükből? Kinek az életébe és milyen mértékben szivároghatnak be az új megoldások? Milyenek az elvárások az ügyféloldalról? Vannak-e, várhatók-e külföldről vagy kis hazánkból érkező *fenyegetések*? A rövid előadást követően a közönségé a szó. Számítunk mindenki éber és aktív közreműködésére!

Beszélgetésvezető: [Babocsay Ádám dr.](#) (*Saatchi and Saatchi*)

2014.03.20. Helyszín: 2. TEREM

09:30-09:40
Előadás

Nyitó gondolatok

Bevezető a program elé.

Előadó: [Babocsay Ádám dr.](#) (*Saatchi and Saatchi*)

09:40-09:55
Előadás

On-demand média – veszély vagy lehetőség?

Az on-demand médiaszolgáltatások a következő évtizedben várhatóan radikálisan átalakítják a médiafogyasztási szokásokat és az egész médiapiacot. Az előadás arra keresi a választ kutatói szemszögből, hogy a máris kitapintható tendenciák alapján ez a folyamat inkább veszélyt, vagy inkább lehetőséget jelent-e a magyar média számára.

Előadó: [Fischer György](#) (*Ariosz*)

09:55-10:10
Előadás

Időeltolások tévénézés Magyarországon

Az időeltolások tévénézésre (TSV) alkalmas eszközök terjedésével párhuzamosan mind többen teszik fel a kérdést, vajon az új technikai lehetőségek milyen mértékben alakítják át a hagyományos tévénézést. A Nielsen Közönségmérés előadása az időeltolások tévénézés magyarországi alakulását mutatja be a legfrissebb adatok alapján, választ adva számos kérdésre.

Előadó: [Dömötör Sándor](#) (*Nielsen Közönségmérés Kft.*)

10:10-10:25
Előadás

Yucca Trends. Vissza a jövőbe – módszertani újítás: adatgyűjtés interaktív tévén, közvetlenül a nézőtől

A kutatómódszertani trend a digitalizálódó világ divatos képernyői, az okostelefon és a tablet felé halad. A televízióban rejülő újabb lehetőségeket a kutatószakma kevésbé aknázza ki, miközben még mindig napi 4 órát néz tévét egy átlagos háztartás. A Yucca Trends módszertani újítása, hogy a tévéképernyőn kérdezi meg a válaszadókat, akár élő adáshoz kötött kérdőívvel. Az előadáson bemutatásra kerül a Yucca Trends és a kutatások tapasztalatai.

Előadó: [Bolyki Dániel](#), [Fischer András](#)

10:25-10:40
Előadás

Együtt könnyebb!

Mi van akkor, ha az ügyfél egyedül vág bele az innovációba? Meddig jut? Hol van az a pont, ahol úgy érzi, egyedül nem megy, ügynökség nélkül nem tud tovább élni?

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

10:40-10:55
Előadás

Az új csendes generáció

A Magyar Ifjúság 2012 kutatásban 8000 15-29 éves fiatal válasza alapján kutatók azt tapasztalták, hogy a mai fiatalokra döntően a konformitás, bizonytalanság jellemző és sok esetben hiányzik belőlük az aktív szerepvállalás, mindezek felfoghatók egyfajta visszahúzó, csendes karakterként. De ugyanez a viselkedés jellemző-e rájuk, ha fogyasztóként próbáljuk meg őket jellemezni?

Előadó: [Székely Levente](#) (*Kutatópont*)

10:55-11:10
Előadás

Nem mind arany, ami fénylik - 25 év alattiak kutatása a neten

Jelenleg a 15-25 évesek közel 90%-a internetezik, így kézenfekvő, hogy ez a csoport online adatfelvételi módszerrel hatékonyan elérhető. Vagy mégsem?

Előadó: [Barcza Enikő](#) (*KutatóCentrum Online Piackutató Kft.*)

11:10-11:25
Előadás

Gyöngyhalászat – nehéz célcsoportok elérése online kutatásokban

Egyes termékek, szolgáltatások esetében egyre inkább megfigyelhető trend, hogy speciális piaci szegmensek, célcsoportok kerülnek fókuszba. Sokszor még a nagyobb access panelek sem nyújtanak ilyenkor megoldást. Az előadás a specializált panelek szerepét, jelentőségét járja körül.

Előadó: [Kiss Katalin](#) (*Szinapszis Piackutató és Tanácsadó Kft.*)

11:25-11:40
Előadás

Játszani is engedd!

Egyre több az unalmas és hosszú kérdőív, amivel egyre kevésbé tudjuk mi piackutatók bevonni az embereket. Hogyan segíthet a gamification trend abban, hogy jobb minőségű adatokat kapjunk akár kvalitatív akár kvantitatív kutatásaink során. Visszafordítható-e az évek óta tartó válaszadói hajlandóság csökkenésének trendje, ha másképp közelítünk a magunk által feltett kérdésekhez?

Előadó: [Rabcsánszki Laura](#) ([Mediameter Kft.](#))

11:40-12:10
Fórum

Hogyan lesz a lóból autó?

Mik a piackutatás jövőbe vezető trendjei/irányai, mik a kihívások a kutató cégek és a kutatások felhasználói számára ezek kapcsán?

Résztevő: [Bodnár Krisztina](#) ([Millward Brown Hungary](#)), [Jakab Áron](#) ([BellResearch](#)) Beszélgetésvezető: [Mészáros Ágnes](#) ([Procter and Gamble RSC Kft.](#))

12:10-13:30

Ebédszünet

Ebéd, hazautazás.