

# Navigare necesse est

A kutatás helyzete, trendjei

Vörös Csilla (PPT), Jakab Áron (PMSZ)

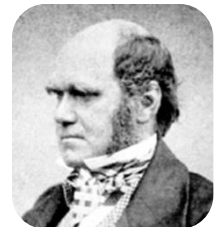


Nyerni a válságon – vagy legalább túlélni...

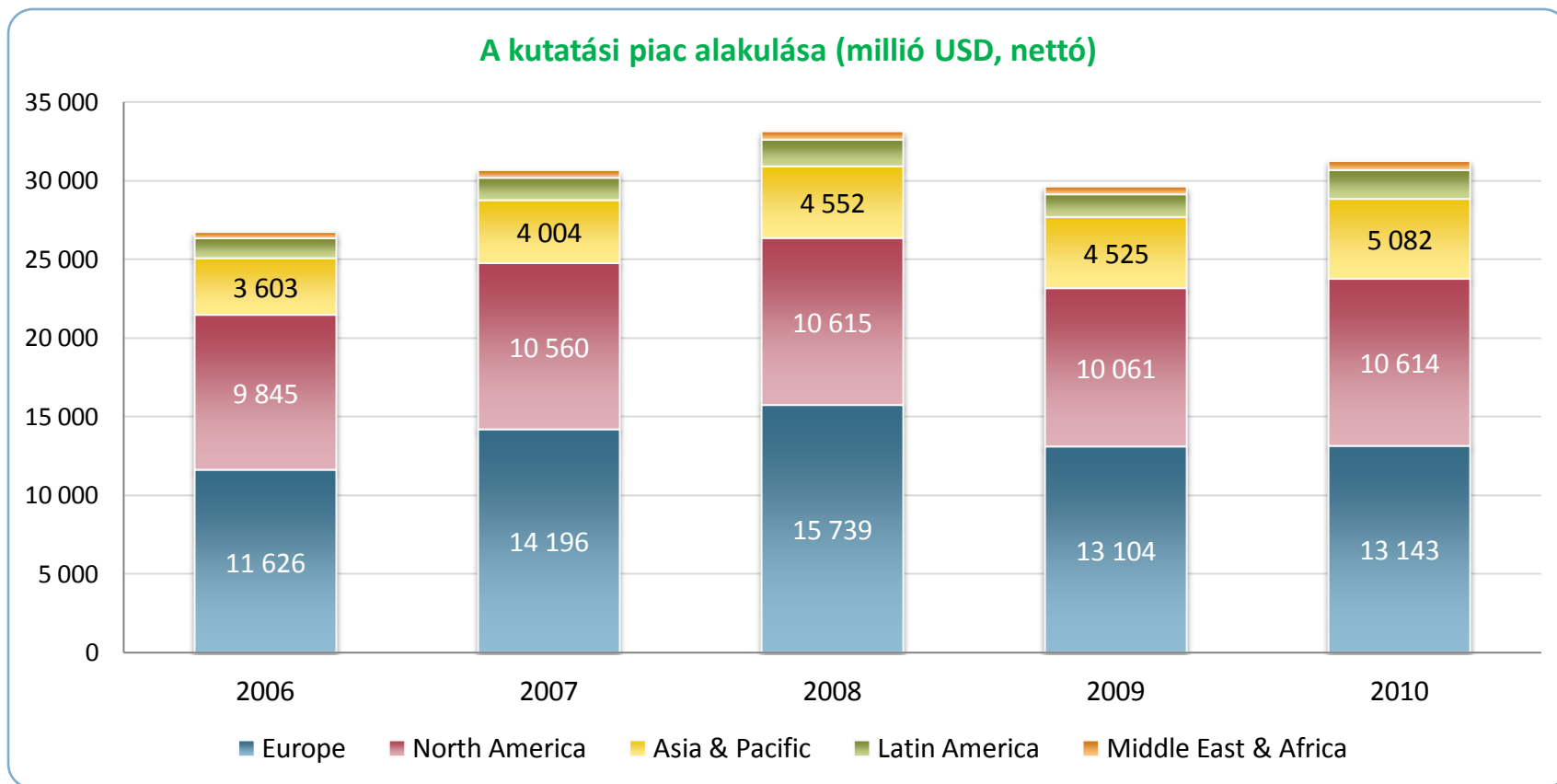
A marketing alapja a  
**piacismeret.**

A megismerés eszköze a  
**kutatás.**

Az él túl, aki a legjobban alkalmazkodik. Most van mihez...



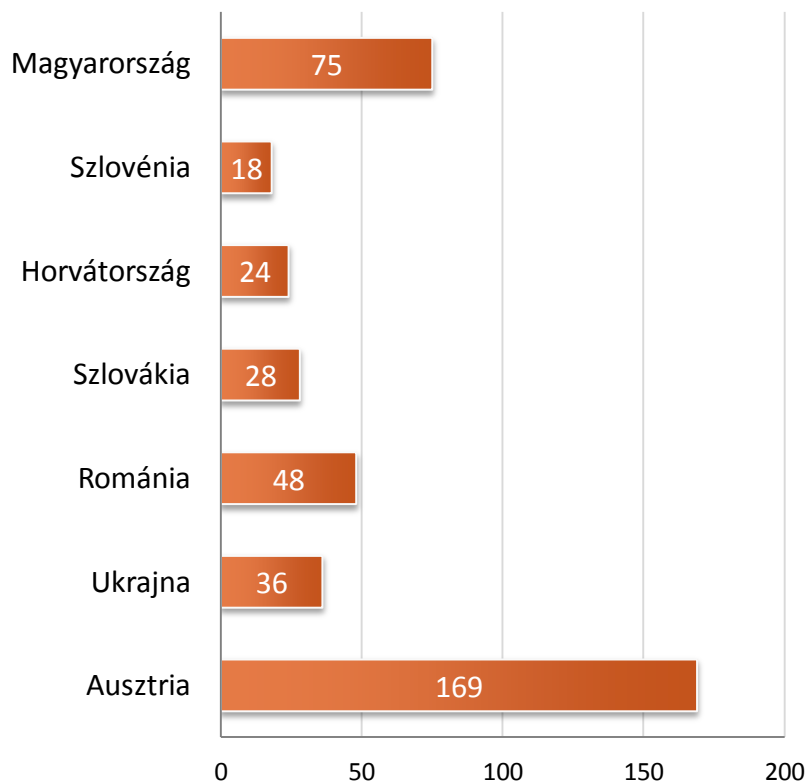
## A kutatási piac alakulása



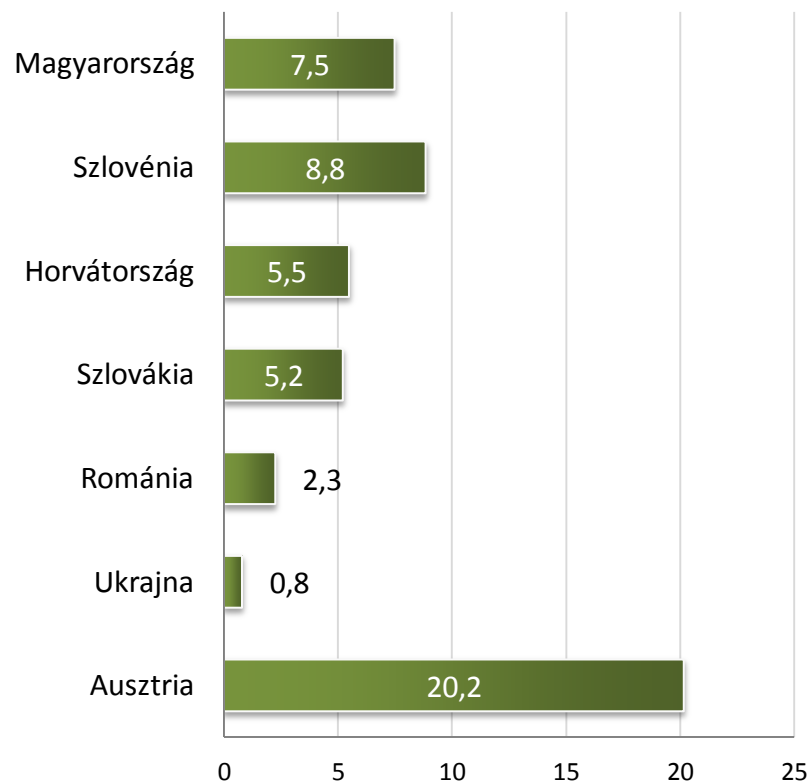
Forrás: ESOMAR Global Market Report 2011

## Kutatási költségek

**Teljes piackutatási költség, 2010**  
(millió USD, nettó)



**Egy főre jutó piackutatási költség, 2010**  
(USD, nettó)



Forrás: ESOMAR Global Market Report 2011

## Helyünk a világban és Európában

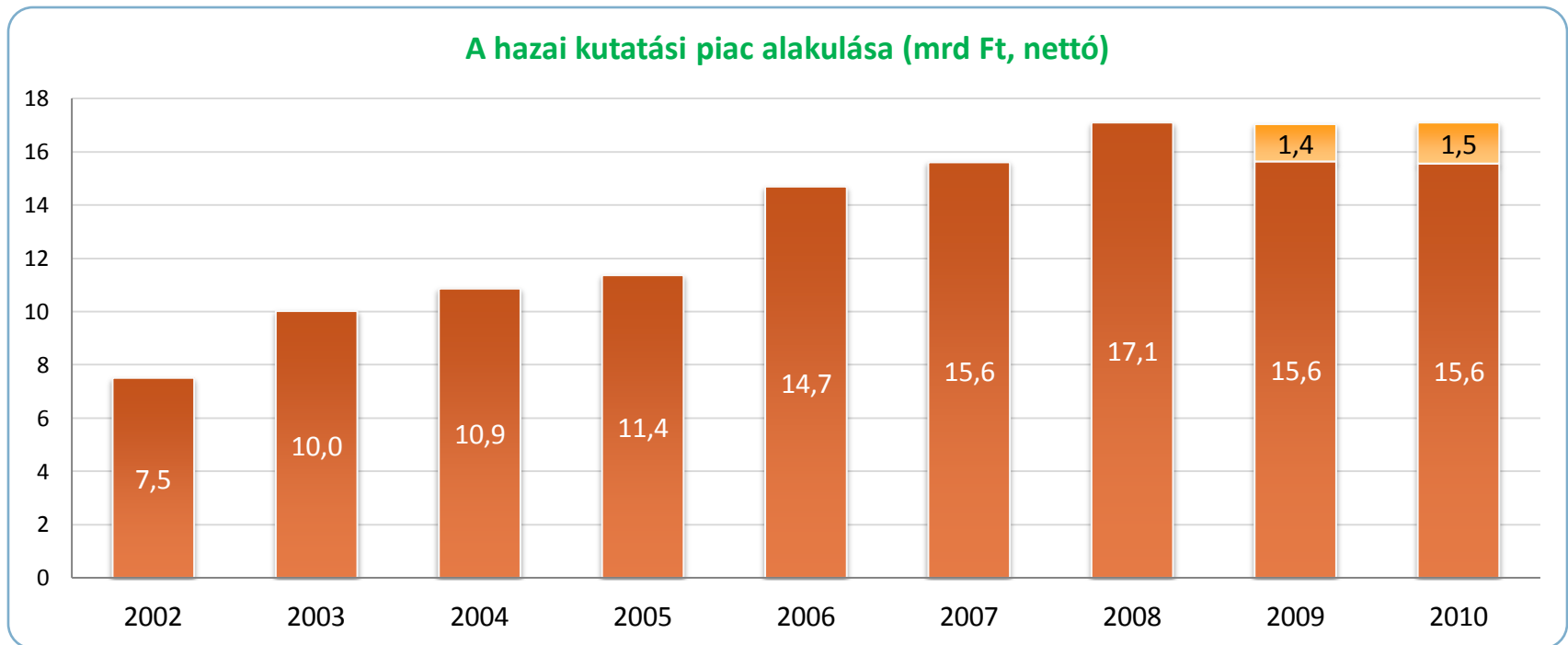
Hely	Ország	Forgalom (millió USD)
1	USA	9 915
2	Egyesült Királyság	3 185
3	Németország	2 889
4	Franciaország	2 553
5	Japán	1 916
...	...	...
40	Új-Zéland	84
41	Fülöp-szigetek	78
<b>42</b>	<b>Magyarország</b>	<b>75</b>
43	Szingapúr	73
44	Izrael	53
...	...	...
78	Laos	1

Hely	Ország	Költés / fő (USD)
1	Egyesült Királyság	51,2
2	Svédország	40,9
3	Franciaország	40,2
4	Németország	35,4
5	Norvégia	30,1
...	...	...
19	Görögország	8,6
20	Portugália	8,1
<b>21</b>	<b>Magyarország</b>	<b>7,5</b>
22	Lengyelország	6,0
23	Horvátország	5,5
...	...	...
32	Ukrajna	0,8

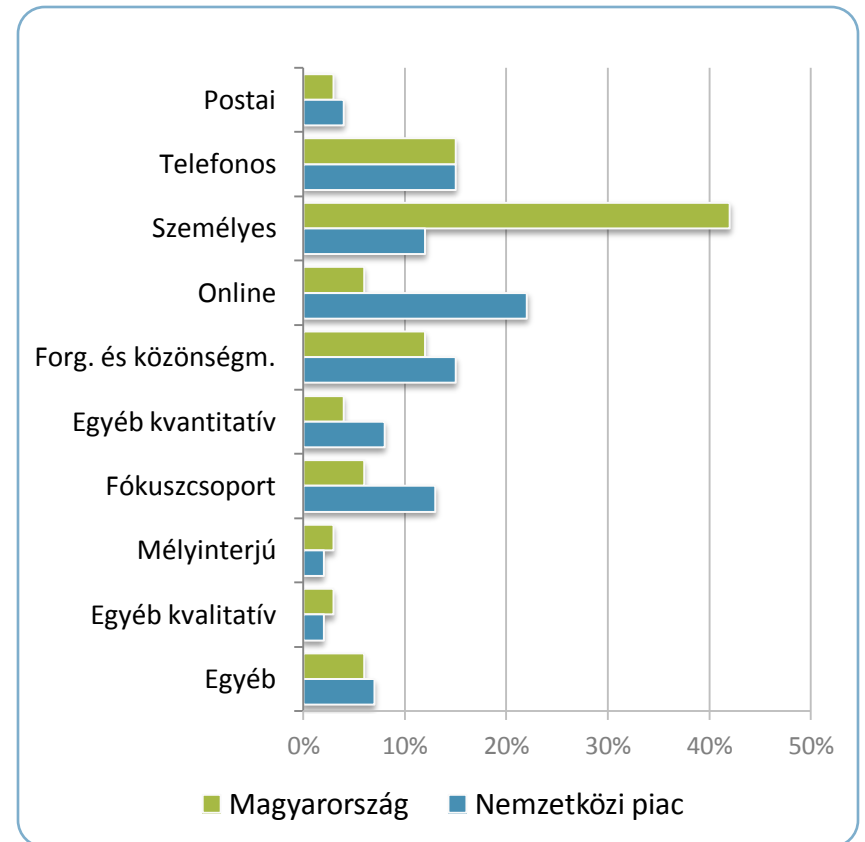
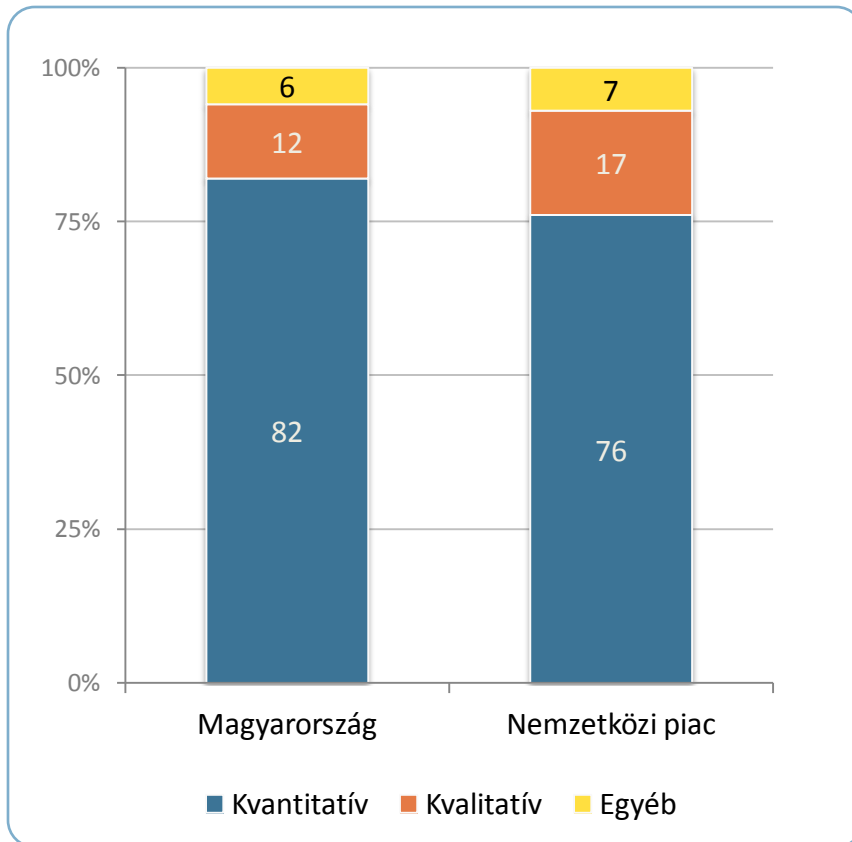
Forrás: ESOMAR Global Market Report 2011

## A hazai számok

### 2008 óta stagnálás – nominálértéken...



## Módszerek



A 2010. évre vonatkozó adatok, érték szerinti megoszlás. Forrás: ESOMAR Global Market Report 2011

Változó szerepkör

Kutatási osztály → **consumer insight**

Adatok → **szakértői-tanácsadói szerep**

Insight, inspiráció, stratégia

**Innováció**, új módszertanok, új eszközök

Beülni a megbízóhoz?





## Veszélyek, kockázatok

- Consumer insight: megbízói oldalon is tapasztalt szakember kell
- Hozzáadott érték? Visszavágott büdzsék...
- Elsődleges szempont: az ár. Beszerzők uralma, egydimenziós döntés
- E-beszerzés: távol a tényleges megbízótól
- Szakmai kompromisszumok – fillérekért...
- Csábít a DIY...
- Minőség? Hozzáadott érték? Innováció?
- Veszély: a szakma alkalmazkodik...



A jövő

Szemléletváltásra és bizalomra van szükség.

**A kutatás:**

- **érték** a vállalat jövője szempontjából,
- **iránytű** a kiútkereséshez,
- **stratégiai eszköz a túléléshez** és a felkészüléshez,
- **befektetés**, amely
- **többszörösen megtérül!**

## Javaslatok

- Vond be, engedd közel a kutatót!
- A kutatást építsd be az egész szervezetbe!
- Tartsd meg a kutatáshoz értő munkatársaidat!
- Szakértő partnert válassz, és csak az ár miatt ne cserélgess!
- Ne kilóra vegyél kutatást, fillérekért ne köss kompromisszumot!
- Kutatásról döntsön a kutató, szakmai szempontok alapján!
- DIY: a kutatás szakma; jó kutatást jó kutatók készítenek.
- Vésd be: **a kutatás megtérülő befektetés!**

Köszönjük a figyelmet,  
mindenkit várunk a  
**Kutatás 2012** konferencián!

Vörös Csilla (PPT), Jakab Áron (PMSZ)

