



cati

TRŽENJSKE, MEDIJSKE, DRUŽBENE
RAZISKAVE IN SVETOVANJE, D.O.O.



Tuji trendi v trženjskih raziskavah tudi pri nas?

Zenel Batagelj
zb@cati.si





1. Tuji / naši trendi

▶ Anketne reči:

- Konec klasičnega vzorčenja
- Vzpon spletnih anket
- Vse večji poudarek na kvalitativkah

▶ Biznis:

- Cena HW in SW nizka - vsakdo že izvaja ankete
- CRM – zahteve po polnjenju baz
- Pojavljajo se velike baze podatkov
- Image trženja povsod slab
- Svetovalna podjetja imajo močno analitiko in močno trženjsko svetovanje
- Globalno združevanje raziskovalnih podjetij
- Profitne stopnje raziskovalnih podjetij slabe





2. Odgovor raziskovalne industrije

- ▶ Raziskovalci se še vedno držijo kodeksov, kar onemogoča fleksibilnost na trgu
- ▶ **Zaključki projekta Marco Polo (Esomar):**
 - R nimajo dovolj močnih ljudi (bright and experienced)
 - R premalo poznajo naročnike (produkte, trge...)
 - Od R pričakujejo zaposlovanje pravih ljudi
 - R vse preveč poudarka na data managementu
 - R naj se premakne od tehnik k rešitvam
 - Vzgajanje nove generacije trženjskih raziskovalcev
- ▶ **Ključ: Kako priti do “Board room table”?**





3. Komentar

- ▶ **Problem je predvsem v vlogi trženja**
- ▶ **Kako priti do vloge svetovalcev?**
- ▶ **Svetovalna podjetja (prava) imajo veliko prednost**
 - **V prezentacijah najprej opravijo s trženjem**
 - **Govorijo jezik “board-room table”-ov**
 - **Imajo učinkovite pristope, ki rešujejo probleme**
 - **Imajo ogromno izkušenj in strokovnjake**
 - **Sami svetovalci so skrbno izbrani, najboljši možni kadri, analitično razmišljanje pa pogoj**
 - **Svetovanje je drago in svetovalci so dragi**
- ▶ **R bodo težko našle svojo pozicijo!**





4. Stanje v Sloveniji

- ▶ **Majhen, trenutno neprivlačen trg:**
 - Kakšne močne nove konkurence ne pričakujemo
 - Za vzpostavitev “svetovalnega” podjetja nujna širitev na nove trge
- ▶ **Kadri:**
 - SLO - močna tradicija v anketnem raziskovanju
 - Ena najboljših šol anketnega raziskovanja v Evropi – FDV dodiplomski in podiplomski
 - Trženjski raziskovalci se “šolajo” v R agencijah
 - Najboljši raziskovalci postanejo tržniki
 - “Svetovalce” je potrebno kupiti na trgu
- ▶ **Slaba pozicija trženja naš ključni problem!!!**
- ▶ **Glede storitev ne zaostajamo za tujci**





5. CATI way

- ▶ Postati vodilno ??? podjetje v regiji
- ▶ **Dodatni poudarek na sindiciranih raziskavah v regiji**
- ▶ **Nadgradnja in usklajevanje raziskav s svetovalnimi storitvami**
- ▶ **Iskanje že izdelanih kadrov, tudi tujcev**





Vprašanja?

- ▶ Tržaška 2
- ▶ SI-1000 Ljubljana
- ▶ Slovenija

▶ +386-1-241-00-66

▶ Info@cati.si

▶ www.cati.si



SPSS
partnerji



člani združenja
ESOMAR



Gazela
2003

