

Hogyan hozhatjuk ki a legtöbbet a piackutatásból?

Számtalan cégnél előfordul, hogy a jól megtervezett és sikeresen lefolytatott piackutatás eredményei nem megfelelően hasznosulnak. A felmérés tanulságai ugyanis gyakorta kerülnek a „később hasznosítható ötletek” kategóriájába, amelyek szép lassan elavulnak vagy amelyekről aztán elfeledkeznek a vállalat. Sokan megijednek attól is, hogy a kutatás nem fogalmaz meg vagy nem jelöl ki egyértelműen követendő útvonalat. Pedig valójában a leghomályosabbnak tűnő kutatási eredmények is tartalmaznak tanulságokat, ötletcsírákat, melyeket kiaknázva választ találhatunk kérdéseinkre vagy iránymutatást kaphatunk problémáink megoldásához.

Az alábbiakban néhány hasznos tanácsot foglalmaztunk meg, melyek segíthetnek abban, hogy minél többet nyerjünk ki a megismert piaci információkból, és hogy konkrét lépésekké formálhassuk a kutatási eredmények kapcsán megfogalmazandó gondolatainkat:

- Vonjunk be minden érintettet az előkészítési fázisba!

Ahhoz, hogy a kutatás valóban hasznosítható eredményeket hozzon, biztosítanunk kell, hogy a megfelelő kérdésekre keressük a választ. Éppen ezért még a felmérés megkezdése előtt mérlegeljük, vállalatunk mely részlegei, ill. munkatársai tudják a gyakorlatban alkalmazni a kutatás tanulságait, és vonjuk be őket is az előkészítési folyamatba. Ezzel egyúttal azt is biztosítjuk, hogy a későbbiek során érdekeltek lesznek a kinyert információk hasznosításában.

- Ne hagyjuk elsikkadni az eredményeket!

A piackutatásból kinyert információk meghallgatása és/vagy megtekintése még nem egyenlő a belőlük levonható tanulságok hasznosításával. Gondoskodjunk róla, hogy munkatársaink ne csupán a kutatási eredmények prezentációján vegyenek részt, de aktívan közreműködjenek a megismertek alapján megfogalmazható szükséges lépések kidolgozásában. Ennek egyik módja, hogy a felmérés lezárása után egyeztetésre hívjuk a korábban bevont érintetteket, és együttesen értékeljük, ki mit szűrt le az új információk alapján.

- Adjunk teret az ötleteknek!

A kutatási eredmények hallatán remélhetőleg sokakban merülnek fel kérdések, esetleg már ötletek is a jövővel és a teendőkkal kapcsolatban. Hasznos lehet éppen ezért közvetlenül a prezentáció és egyeztetés után teret engedni a különböző javaslatoknak. Az így szabadon engedett gondolatok között ugyanis rengeteg használható ötletre, elképzelésre bukkanhatunk, amelyek mind segítenek előrevinni a vállalatot. Ne hagyjuk veszni ezeket!

- A későbbiek során se veszítsük szem elől a tanulságokat!

A szükséges lépések körvonalazódása után arról kell gondoskodnunk, hogy a kutatás tanulságai és a közösen kialakított terv a végrehajtás során is érvényesüljenek. Ennek érdekében célszerű egy embert kijelölni, aki ismerve a felmérés eredményeit, ellenőrizni tudja, hogy a megvalósítás a kijelöltek mentén történik-e. Az ötletek és tanulságok életben tartásához érdemes bizonyos időnként visszatérni az egyeztetés során megfogalmazott gondolatokhoz, és az időközben tapasztalt eredményekkel összevetve módosítani, finomítani vagy újrahasznosítani őket.

Általános téveszme, hogy mire a kutatást lefolytatjuk, a kinyert eredmények elévülnek és már nem is tekinthetők relevánsnak. Márpedig minden új információval megismerünk valamit arról a szegmensről, amelyben versenyzünk, és piacunk ismerete kulcsfontosságú a sikeres vállalati és marketingtevékenységhez. Érdemes tehát visszanyúlni akár korábbi kutatásokhoz is, hiszen azok a kérdések, amelyek a felmérést szükségessé tették, az eredmények átgondolása és hasznosítása nélkül továbbra is megválaszolatlanok maradnak.

Forrás: marketinginfo

