

AGENCJA BADAŃ MARKETINGOWYCH

OPIS SYTUACJI :

Jan Kowalski jest kierownikiem działu sprzedaży dużej piekarni na Śląsku. Piekarnia wprowadziła na rynek nowy rodzaj specjalnego, ekologicznego pieczywa. Pieczywo tego typu konkuruje na rynku regionalnym z markami znanych już wcześniej chlebów krajowych i zagranicznych oraz z chlebami wypiekаныmi przez miejscowych piekarzy. Choć sprzedaż nowych typów chleba wzrasta bardzo szybko i zainteresowanie nabywców jest duże, to nowy produkt piekarni Kowalskiego nie zyskał pożądanej popularności. Większość gatunków (w tym także produkowanych w piekarni Kowalskiego) jest aktywnie promowanych w radiu, gazetach, za pomocą kuponów i okresowych obniżek cen.

Pan Kowalski uznał, że należy przeprowadzić badania marketingowe, żeby zorientować się, jakie są przyczyny słabej sprzedaży. Interesuje go również wizerunek (image) chleba produkowanego przez jego firmę na tle innych oraz profil nabywców, który pozwoliłby zorientować się w jaki sposób najbardziej efektywnie do nich dotrzeć.

Kowalski otrzymał trzy różne oferty zawierające propozycje przeprowadzenia badań.

Oferta I : Agencja Badań Konsumentów

W swej ofercie Agencja Badań Konsumentów (ABK) proponuje dwuetapowe badanie metodą ankiety pocztowej. ABK jest znana na rynku i ma opinię firmy wykonującej kompleksowe badania naukowe. Oferta została przygotowana przez niedawno zatrudnionego młodego absolwenta Akademii Ekonomicznej, który uzyskał dyplom w dziedzinie badania zachowań konsumentów. Oferta jest bardzo obszerna. Poniżej przedstawiamy jej najważniejsze fragmenty.

1. Określenie problemu:

Celem badania jest ustalenie, ilu konsumentów (obecnych i potencjalnych) znajduje się w poszczególnych stadiach procesu akceptowania wybranego gatunku chleba oraz w jaki sposób można wpłynąć na ich zachowania. W projekcie zostaną omówione szczegółowo etapy procesu adaptacji produktu – od uświadomienia sobie potrzeby i uświadomienia istnienia produktu danej marki przez zainteresowanie produktem, aż do oceny i ewentualnej decyzji o stałym (lojalnym) nabywaniu wybranego gatunku chleba.

2. Cele:

- ustalenie poziomu znajomości produktu,
- ustalenie podstawowych czynników decydujących o zakupie tego lub podobnego gatunku chleba,
- ustalenie liczby nabywców, którzy wypróbowali już chleb produkowany przez firmę oraz ich ocena produktu,
- analiza czynników, które przesądzą o określonej ocenie chleba,
- sporządzenie charakterystyki aktualnych i potencjalnych konsumentów z punktu widzenia cech demograficznych.

3. Metody:

Wstępna ocena istniejących źródeł informacji poprzedzi właściwe badania. W pierwszej fazie zostaną wykorzystane wszelkie wtórne źródła informacji, które pomogą zorientować się w problematyce (analiza sytuacyjna). W drugiej fazie zostanie przeprowadzona ankieta pocztowa. Początkowo próba będzie liczyć 4000 gospodarstw domowych wybranych z listy adresowej miasta. Badanie pozwoli zidentyfikować rynek specjalnych gatunków chleba, ze szczególnym uwzględnieniem chleba z piekarni Kowalskiego. Następnie do gospodarstw domowych, które potwierdzą, że kupują wybrane gatunki chleba, zostanie wysłany następny kwestionariusz, który pozwoli osiągnąć stawiane cele badawcze.

4. Czas realizacji projektu badawczego: osiem tygodni.

5. Koszt: całkowity koszt badania wynosi 18 000 zł.

6. Rezultaty:

Wyniki badań zostaną przedstawione w raporcie zawierającym:

- stopień (poziom) znajomości badanego chleba, stosunek nabywców do tego produktu, czynniki wpływające na zakup w korelacji ze zmiennymi demograficznymi,
- pozycję firmy w stosunku do innych firm oraz jej mocne i słabe strony,
- profil demograficzny obecnych nabywców i potencjalnych klientów.

Oferta II : Zieliński i spółka

Następna oferta wpłynęła od Stanisława Zielińskiego, miejscowego konsultanta, specjalisty w zakresie zarządzania i marketingu, który w liście skierowanym bezpośrednio do J. Kowalskiego zaproponował przeprowadzenie badań metodą grupowanego wywiadu zogniskowanego. Poniżej zamieszczony jest list zawierający propozycję.

Drogi Janie!

Dziękuję za propozycję przeprowadzenia badań dla Twojej firmy.

Po rozmowie z Tobą uważam, że powinniśmy przeprowadzić pogłębione badania postaw, oczekiwań i motywacji konsumentów specjalnych gatunków chleba, ze szczególnym uwzględnieniem produktów Twojej piekarni. W ten sposób wykryjemy różnice pomiędzy tymi, którzy kupują Twoje produkty a tymi, którzy ich nie kupują. Uważam, że należy przeprowadzić badania z wykorzystaniem metody wywiadu zogniskowanego w kilku grupach (min. 3 max 6). W każdej grupie znajdzie się około 10 nabywców specjalnego chleba. Konsumenti będą dobierani z punktu widzenia określonych kryteriów, między innymi:

- będą pochodzili z gospodarstw domowych, których dochód miesięczny na jedną osobę wynosi powyżej 250 zł.
- w gospodarstwach tych kobieta jest osobą decydującą o sposobie żywienia rodziny,
- nabywcy mają wyższe wykształcenie,
- nabywcy dokonują zakupów następujących typów chleba: otrąbkowy, pumpernikiel, graham, sezamkowy.

Osobiście przeprowadzę badania i przygotuję pisemny raport. Koszty całkowite badania (łącznie z rekrutacją uczestników i drobnymi upominkami) wyniosą około 1000 zł. od jednej grupy.

Pozostaję z poważaniem
Stanisław Zieliński

Oferta III : „Badania Ekspresowe”

Trzecia propozycja została zgłoszona przez firmę „Badania Ekspresowe”. Jarosław Nowak, przedstawiciel firmy, z którym Jan Kowalski rozmawiał przez telefon, zasugerował, że najkorzystniej będzie przeprowadzić – jak to nazwał – badanie doświadczałne. Nowak powiedział, że firma może przeprowadzić rozmowy telefoniczne z około 20 kierownikami działów (stoisk) piekarniczych w dużych supermarketach lub kierownikami sklepów, aby podzielili się oni swoimi opiniami na temat specjalnych gatunków chleba i produktów firmy Kowalskiego. Dodatkowo Nowak zaproponował, że można przeprowadzić wywiady z ludźmi z branży piekarniczej w innych częściach kraju, aby uzyskać informację, co się robi w innych regionach w zakresie aktywizacji sprzedaży i promowania tego typu chleba. Jarosław Nowak uważa, że wystarczy przeprowadzić wywiad z około dziesięcioma osobami. Powiedział także, że całkowity koszt badania oscylowałby pomiędzy 2500 a 5000 zł., ale na razie trudno go szczegółowo ocenić. Podkreślił jednocześnie, że z przyjemnością przygotowuje pisemną ofertę zawierającą szczegóły badania, jeśli tylko Kowalski zechce.

ZADANIE:

Proszę podjąć decyzję, którą z propozycji badań powinien przyjąć Kowalski. Proszę podać argumenty przemawiające za wybranym rozwiązaniem. Dopuszcza się negocjowanie zmian w przedstawionych ofertach.