

STEM  MARK

# ANALÝZA DAT

nejen  
z průzkumů

Jan **Burianec**

David **Frič**

na trhu od

**1994**

**TAZATELSKÁ SÍŤ**

**PO CELÉ ČR**

okolo 130 tazatelů

**Kdo jsme?**

**2 ON-LINE**

**PANELY**

s cca 75 tisíci respondentů

jsme jedna z vůdčích

**ČESKÝCH**

výzkumných agentur

**ESOMAR**  
**SİMAR**

vlastní **CATI** studio

# Naše klíčové specializace



## Média

Velká vydavatelství a mediální skupiny nám opakovaně svěřily národní one-currency výzkumy MediaProjekt a Radioprojekt. Provádíme trackingy televizních pořadů, segmentace čtenářů a diváků...



## Finance

Dlouhodobě zkoumáme sektory pojišťovnictví, bankovníctví a telekomunikací. Naší specialitou jsou velké trackingové projekty, výzkum produktového potenciálu a testování kampaní.



## Energetika

Poskytujeme zpětnou vazbu energetickým firmám od jejich klientů, ať už formou dlouhodobého sledování jejich NPS, dostupnosti klientské péče, schopnosti přilákat nové klienty nebo trackování zákaznické cesty skrze jednotlivé touchpointy. Ověřujeme připravenost cílových segmentů na nové technologie.



## Farmacie

Nabízíme klientům prověřený full-service založený na znalosti lokálního trhu a metodických postupech, které v praxi ověřily tuzemské i zahraniční společnosti.



## Veřejná správa

Máme za sebou unikátní a dlouhodobé projekty. Pečlivě hledíme na sociologický i marketingový rozměr práce a pomáháme vytvářet moderní a dobře fungující administrativu.



HRADEC KRÁLOVÉ



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

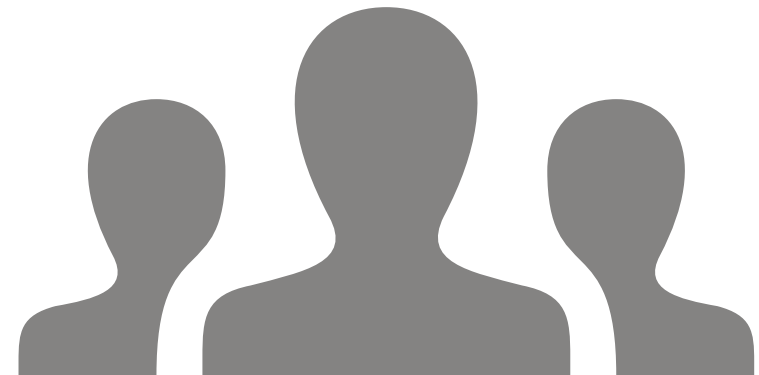
cermat

# Výzkumy dle typu respondenta



**B2B**

- vlastní databáze firem /  
zapůjčená databáze klienta



**B2C**

# Výzkumy dle metody



**kvantitativní**



- focus groups
- hloubkové rozhovory



**kvalitativní**

# Výzkumy dle způsobu dotazování



**face to face**



**telefonicky**



**on-line**

*„Marketingový výzkum je dialog“*

europaean ? national  
panels



respondentů

- pokryje 94 % požadavků

*...definice cílových skupin*



nada.cz



panel

Dialog

10 000  
respondentů

ČENIDA

cenda.online

*nej důležitější není množství, ale*

***reprezentativní vzorek populace***





## Národní data o preferencích a postojích zákazníků

Komplexní informace o zákaznících všech tržních kategorií ČR, včetně jejich nákupního a mediálního chování. Podklady pro marketing, které vám dodají jistotu při rozhodování.

ZÍSKEJTE DEMO REPORT



EUROPEAN NATIONAL PANELS & PROTREND

## Reprezentativní data


Zdrojem dat je kontinuální výzkum životního stylu ProTrend, založený na respondentech naší sesterské společnosti European National Panels. ENP spravuje panely s respondenty pro marketingové a sociologické průzkumy v šesti zemích, které v součtu zahrnují 170 tisíc lidí.




6  
ZEMÍ



170 000  
RESPONDENTŮ

 Datové pokrytí NADA

 Datové pokrytí European National Panels

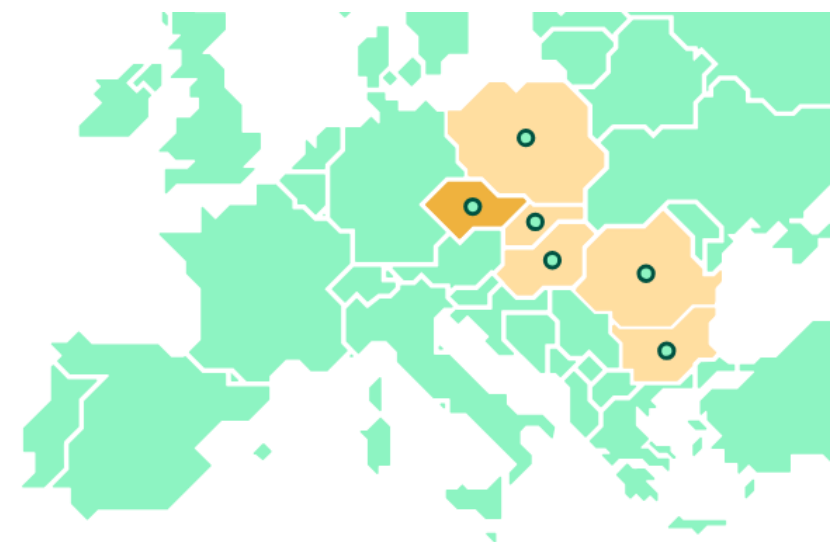


# NADA

Národní data

Obsáhlá databáze dat z oblastí:

- sociodemografie
- nákupní a spotřební chování
- lifestylevé výroky
- mediální a digitální chování
- další oblasti





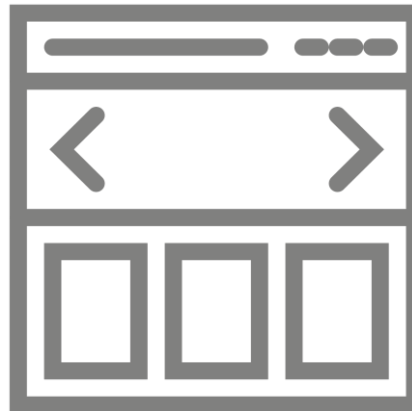
# Co s daty děláme?

IT & Data Science



## UX testování

Testování logiky a designu aplikací  
(web, desktop, mobil...)



**Aplikace na klíč**  
webové, mobilní,  
analytické, panelové



**Datová analytika**  
statistika,  
transformace dat,  
automatizace



## UX testování Testování logiky a designu aplikací (web, desktop, mobil...)

STEMMARK | O společnosti | Proč STEM/MARK | Výzkum je dialog | Nejlépe umíme | Aktuality | Kariéra | Kontakt

### Výzkumy pro veřejnou správu

Výsledky maturit způsobují změny ve stylu výuky na 40% škol

Více o našich výzkumech

0% **Dokončeno** Ukončit

Najděte na webové stránce místo, kde se dozvíte o dotazování CAPI. Pokud si myslíte, že jste místo naší pokračujte kliknutím na tlačítko Úkol dokončen.

Zrušit úkol | Úkol dokončen

### Dashboard - Sample Project

Loop™11

#### Average task completion rates

Success	45%
Fail	45%
Abandon	10%

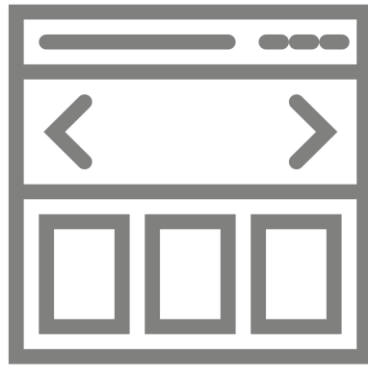
#### Task results overview

	Success	Fail	Abandon	Average page views	Average time
Clients have worked with	31%	54%	15%	6.1	123.8 secs
How long operating	69%	19%	12%	2.6	32.1 secs
Apple Pay	35%	62%	4%	2.4	30.3 secs

### Poslední případové studie

Jak se dělá výzkum? Podívejte se na případovou studii.

ARK, a.s.



**Aplikace na klíč**  
webové, mobilní,  
analytické, panelové

## Výstupy - vyberte touchpoint

Sekec pro download a zobrazení výsledků volání pro **vybraný touchpoint**. Pro zobrazení výsledků pro konkrétní období nebo za různé cílové skupiny použijte filtrační menu vlevo. Nastavení filtrace ovlivní nejen hodnoty v grafech, ale i stažená surová data. Surová data jsou k stažení pomocí tlačítka "stažení dat" v pravé horní části. Podklá data" u každého grafu. Veškerá data na této stránce budou stažena ve formátu "xlsx".

X vyčistit všechny filtry

NPS score

NPS rozklad

NPS vývoj

NPS mapa

### Vlastní filtrace parametrů

15 - Servis kotlů

čas volání vyčistit

Od... 📅

Do... 📅

čas nahrání vyčistit

pohlaví vyčistit

muži  ženy

věk vyčistit

do 39 let  40 - 59 let  60 nebo více let

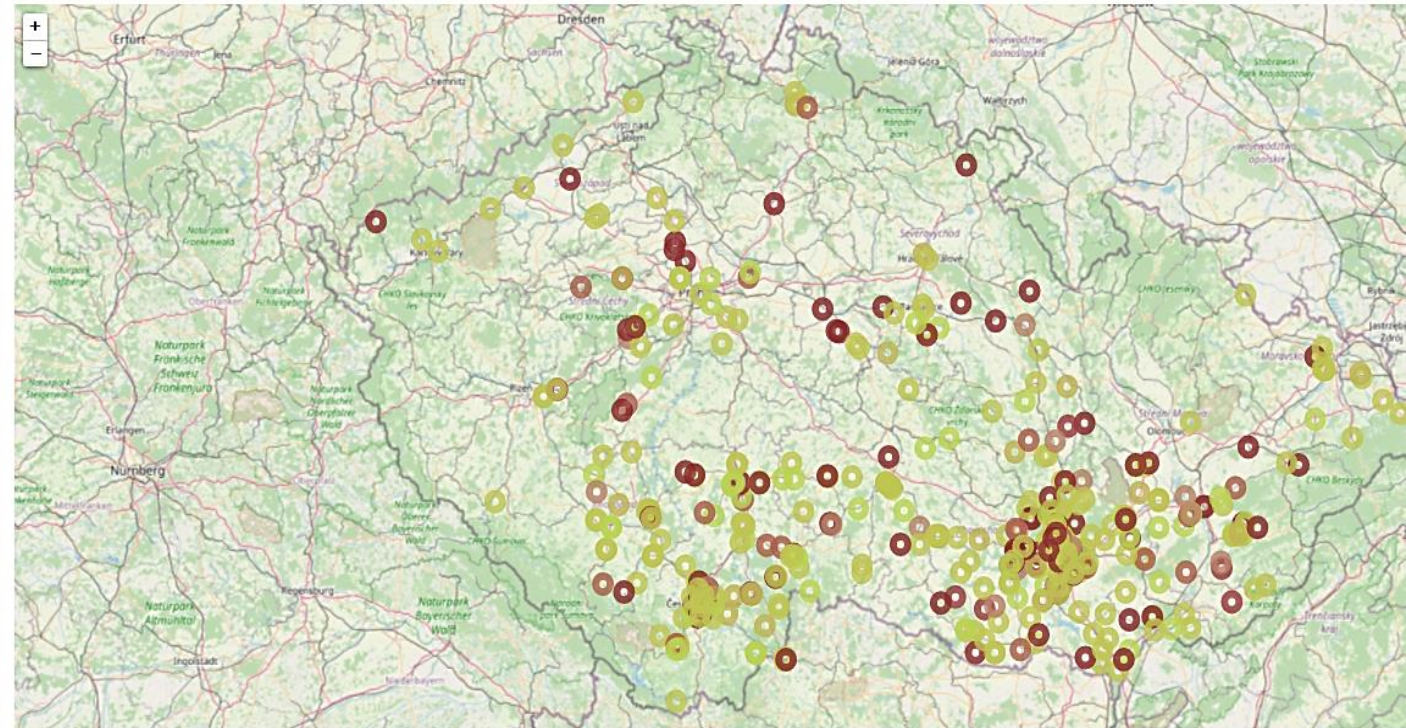
e.on vyčistit

ECD  ECE

nps vyčistit

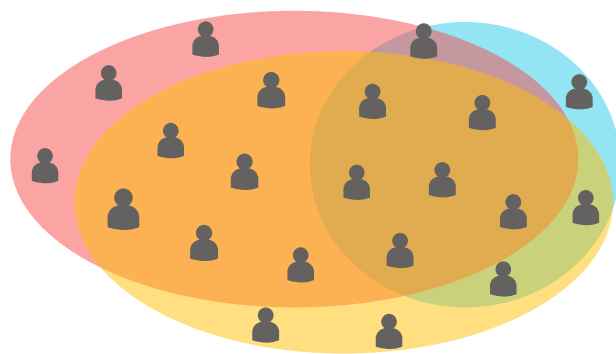
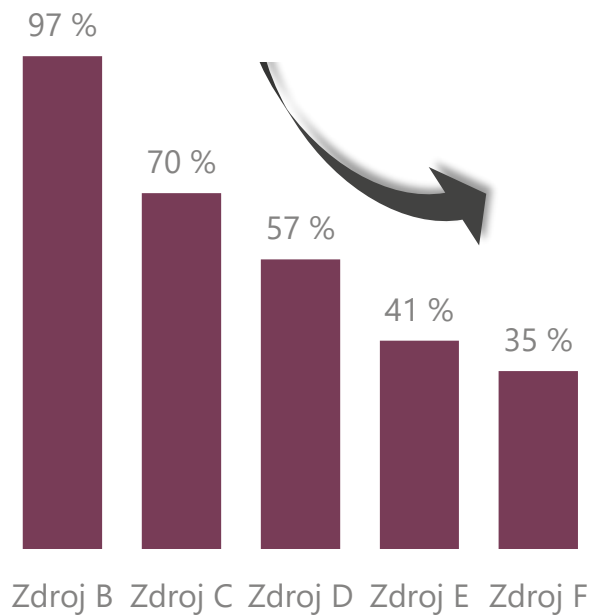
detractor  neutral  advocate

### NPS Mapa

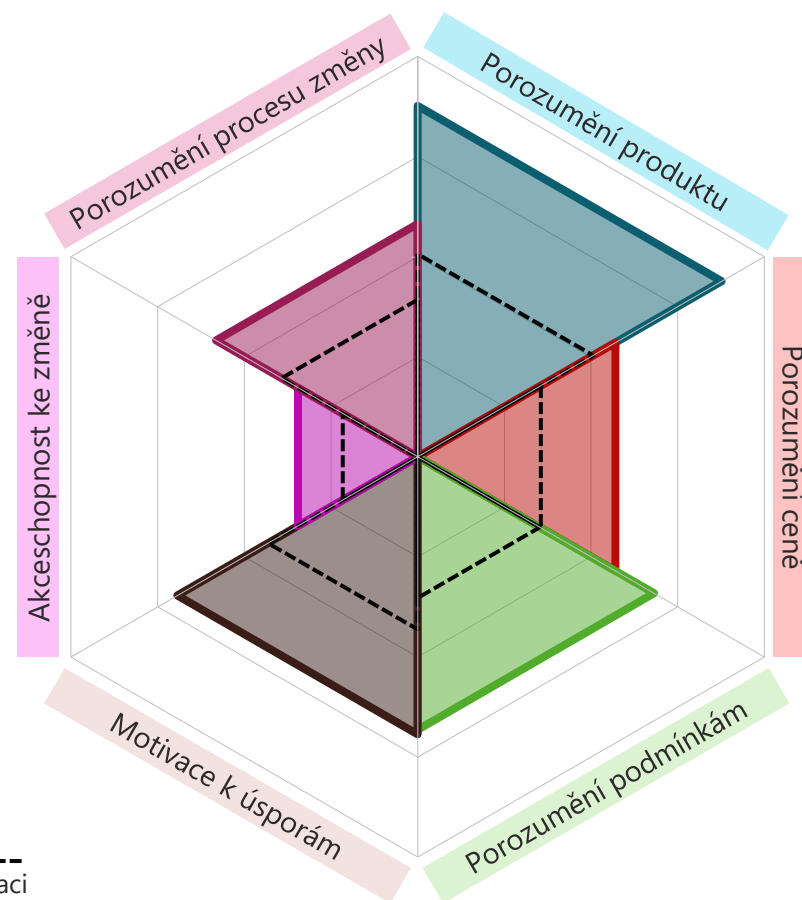




**Datová analytika**  
statistika,  
transformace dat,  
automatizace



-----  
Průměr v populaci





**Datová analytika**

**K ČEMU**  
**to je dobré** ?

# Poznání svých zákazníků

## Profilace, segmentace

- dle potřeb, zájmů, preferencí
- personalizace cílové skupiny na základě charakteristiky segmentu
- lifestyle, lifestage
- > customizovaný marketing



základem jsou *kontingční tabulky...*

	Celkem	Věk				Pohlaví	
		18-29 let	30-44 let	45-59 let	60+ let	Muž	Žena
	%	%	%	%	%	%	
Jak často nakupujete v samoobsluze / supermarketu / hypermarketu (potravin, potřeby pro domácnost, drogerii,...)?	Denně nebo téměř denně	26,3	32,2	25,2	29,5	18,7	27,0
	Alaspoň jednou týdně	56,9	47,8	58,3	53,4	67,3	54,7
	Alaspoň jednou měsíčně	10,7	14,4	10,4	10,3	8,4	11,7
	Méně často	5,3	5,6	5,5	4,8	5,6	5,9
	Vůbec	0,8	0	0,6	2,1	0	0,8
Total N	506	90	163	146	107	256	250
Pokud je na výběr, preferujete při nákupu v samoobsluze / supermarketu / hypermarketu spíše pokladnu s prodavačem/kou, nebo samoobslužnou pokladnu?	Určitě preferuji pokladnu s prodavačem/kou	26,9	8,9	21,6	32,9	42,1	26,0
	Spíše preferuji pokladnu s prodavačem/kou	12,4	6,7	16,7	9,1	15,0	12,6
	Záleží na situaci	31,7	30,0	34,6	34,3	25,2	31,5
	Spíše preferuji samoobslužnou pokladnu	14,1	23,3	14,8	11,9	8,4	15,7
	Určitě preferuji samoobslužnou pokladnu	12,9	26,7	11,1	9,1	9,3	12,2
	Nevím / Je mi to jedno	2,0	4,4	1,2	2,8	0	2,0
Total N	502	90	162	143	107	254	248
Jak celkově vnímáte samoobslužné pokladny v samoobsluze / supermarketu / hypermarketu?	Rozhodně pozitivně	37,6	63,3	38,9	27,3	28,0	37,0
	Spíše pozitivně	40,2	33,3	46,3	41,3	35,5	42,1
	Spíše negativně	16,5	3,3	11,7	23,8	25,2	14,6
	Rozhodně negativně	5,6	0	3,1	7,7	11,2	6,3
	Total N	502	90	162	143	107	254

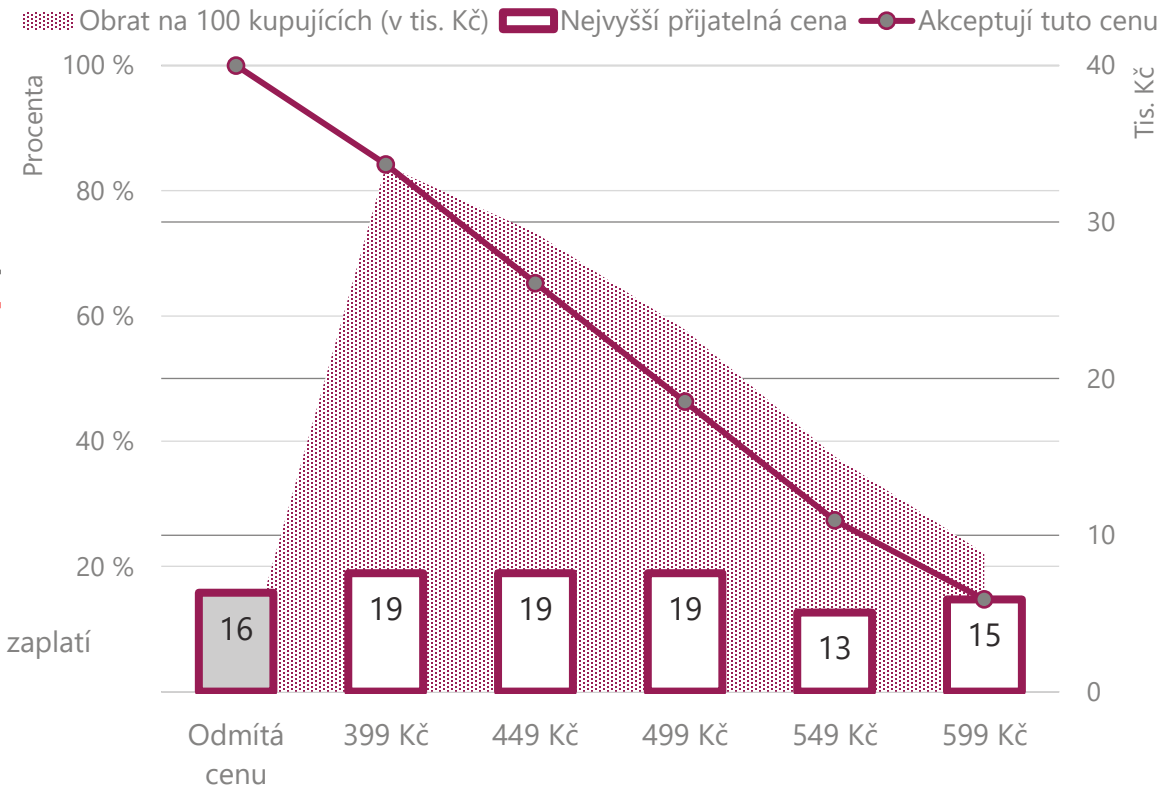
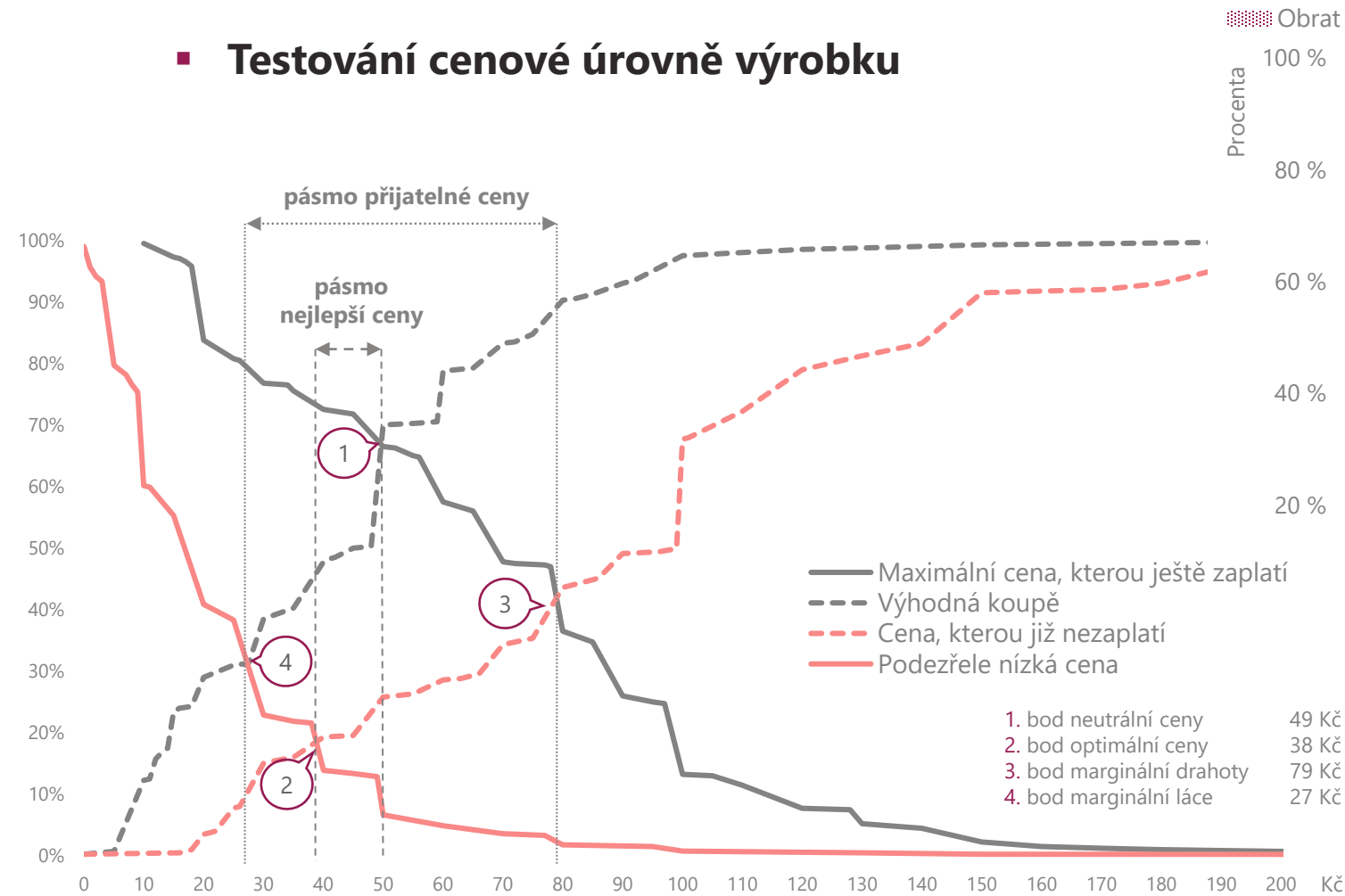
...přidanou hodnotou jsou *korelační a clustrové analýzy*



# Optimalizace nabídky

## Cenová citlivost

### Testování cenové úrovně výrobku



# Optimalizace nabídky

## ACBC

Toto je několik příkladů bytů, které by se vám mohly líbit. Vyznačte prosím pro každý zda byste o něm uvažoval/a, či nikoliv.

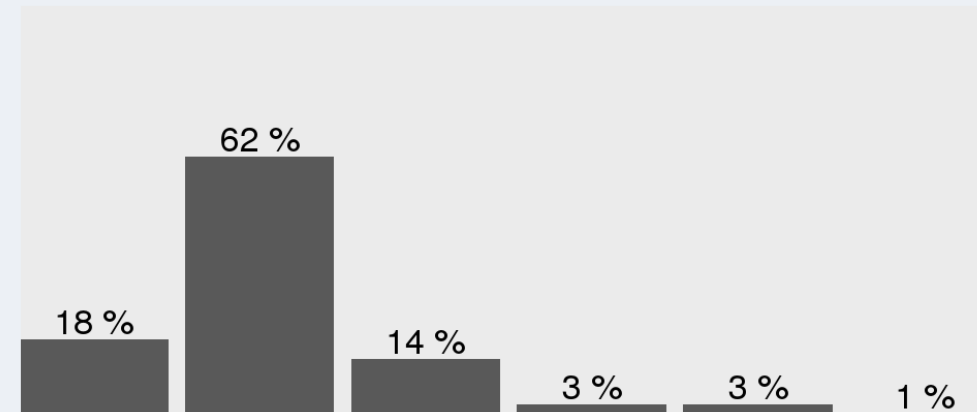
(1 z 8)

Lokalita	centrum	exklusivní lokalita (Vinohrady, Ořechovka...)	exklusivní lokalita (Vinohrady, Ořechovka...)	blízko metra
Počet místností	max 1+1, 1+kk	4+1, 4+kk	2+1, 2+kk	max 1+1, 1+kk
Plocha	do 40 m2	80-100 m2	60-80m2	do 40 m2
Druh budovy	panel	cihla	cihla	panel
Typ vlastnictví	družstevní	osobní	osobní	družstevní
Míra rekonstrukce	novostavba	částečně zrekonstruovaný pouze dům (stoupačky, fasáda...)	zcela zrekonstruovaný byt	částečná rekonstrukce bytu (okna, koupelna...)
Patro	může být v posledním patře	může být i přízemí	může být i přízemí	může být i přízemí
Cena	3.163.512 Kč	3.845.488 Kč	4.360.922 Kč	1.485.960 Kč
	<input type="radio"/> Je to možnost <input type="radio"/> Nic pro mne	<input type="radio"/> Je to možnost <input type="radio"/> Nic pro mne	<input type="radio"/> Je to možnost <input type="radio"/> Nic pro mne	<input type="radio"/> Je to možnost <input type="radio"/> Nic pro mne

Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie
malá (do města) - benzín/nafta	střední (rodinná, i SUV) - benzín/nafta	vyšší (i SUV) - benzín/nafta	elektro nižší třída	elektro střední třída	elektro luxusní
Pronájem	Pronájem	Pronájem	Pronájem	Pronájem	Pronájem
6-12 měsíců	6-12 měsíců	6-12 měsíců	6-12 měsíců	6-12 měsíců	6-12 měsíců
Nájezd	Nájezd	Nájezd	Nájezd	Nájezd	Nájezd
1000 km/měsíc	1000 km/měsíc	1000 km/měsíc	1000 km/měsíc	1000 km/měsíc	1000 km/měsíc
Bonus	Bonus	Bonus	Bonus	Bonus	Bonus
bez bonusu	bez bonusu	bez bonusu	bez bonusu	bez bonusu	bez bonusu
Cena	Cena	Cena	Cena	Cena	Cena
5600	7900	11700	13700	20400	32000

## Conjoint

- cena v kombinaci s dalšími atributy
- zjištění dopadu změn parametrů produktu na zájem o produkt a jeho prodej
- otestování různých scénářů změn parametrů

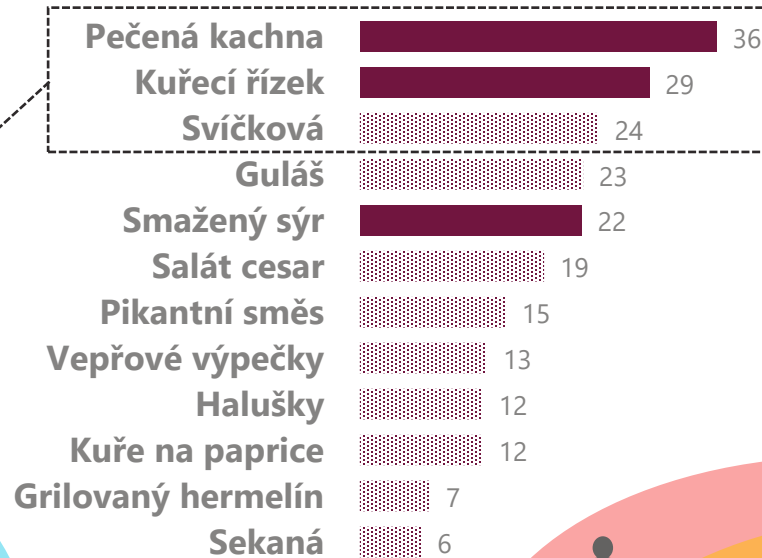




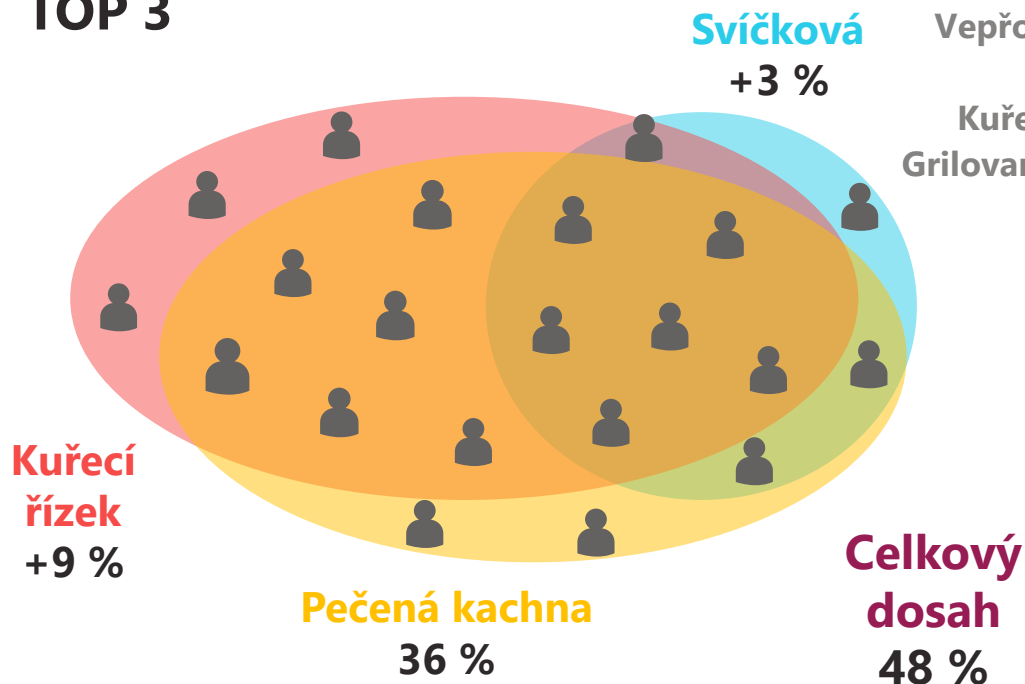
# Optimalizace nabídky

## Maxdiff, TURF analýza

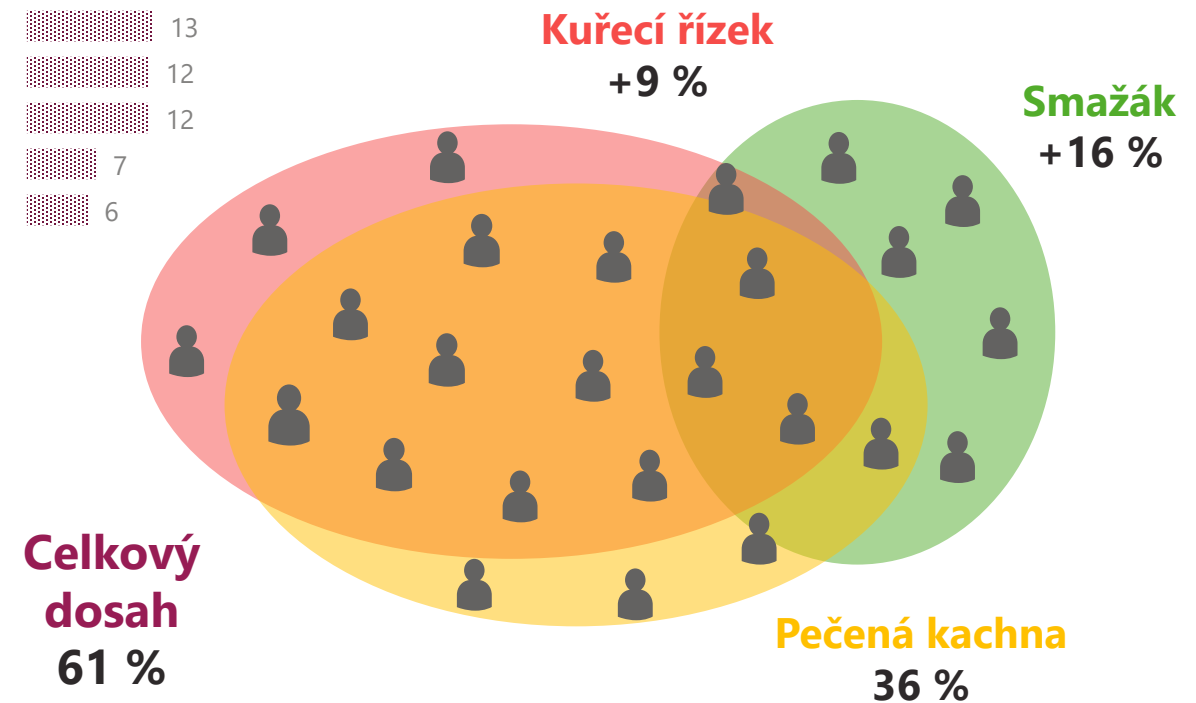
- Atraktivita kombinace výroků či jiných položek



### TOP 3



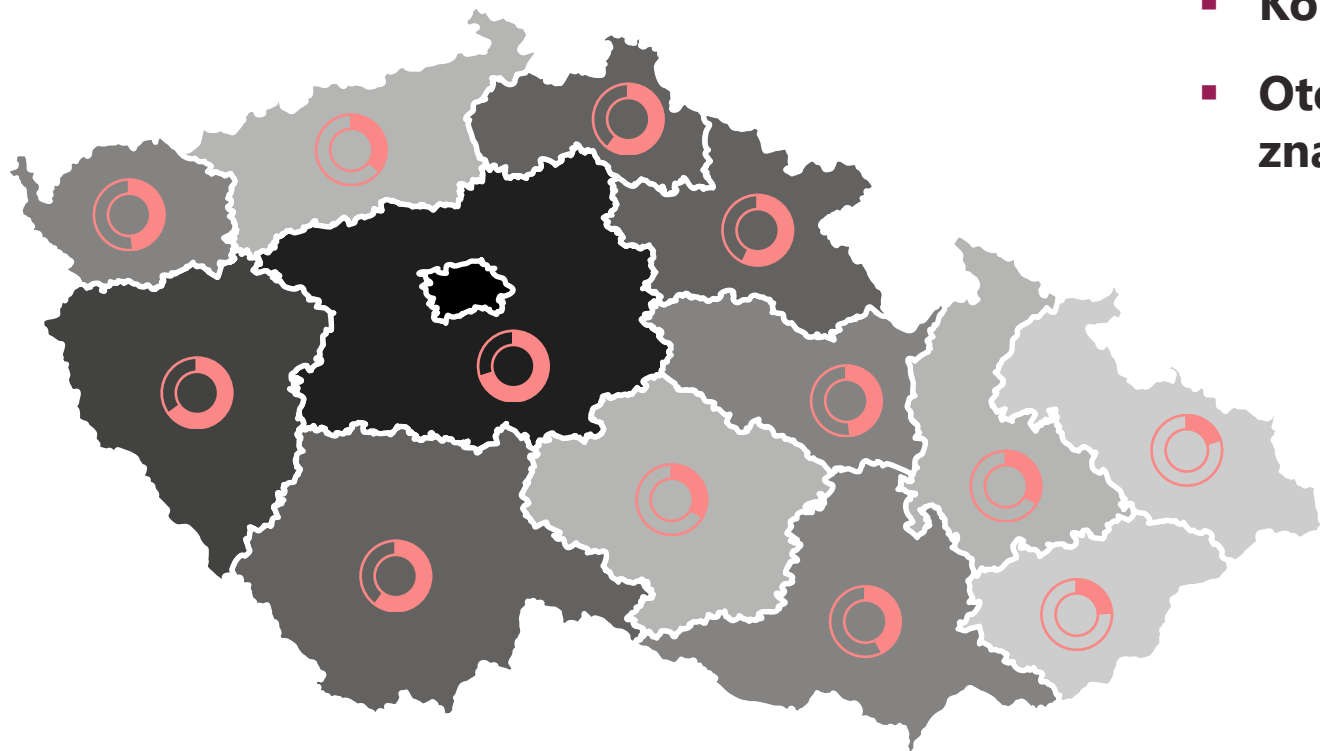
### Největší zásah



# Zmapování terénu

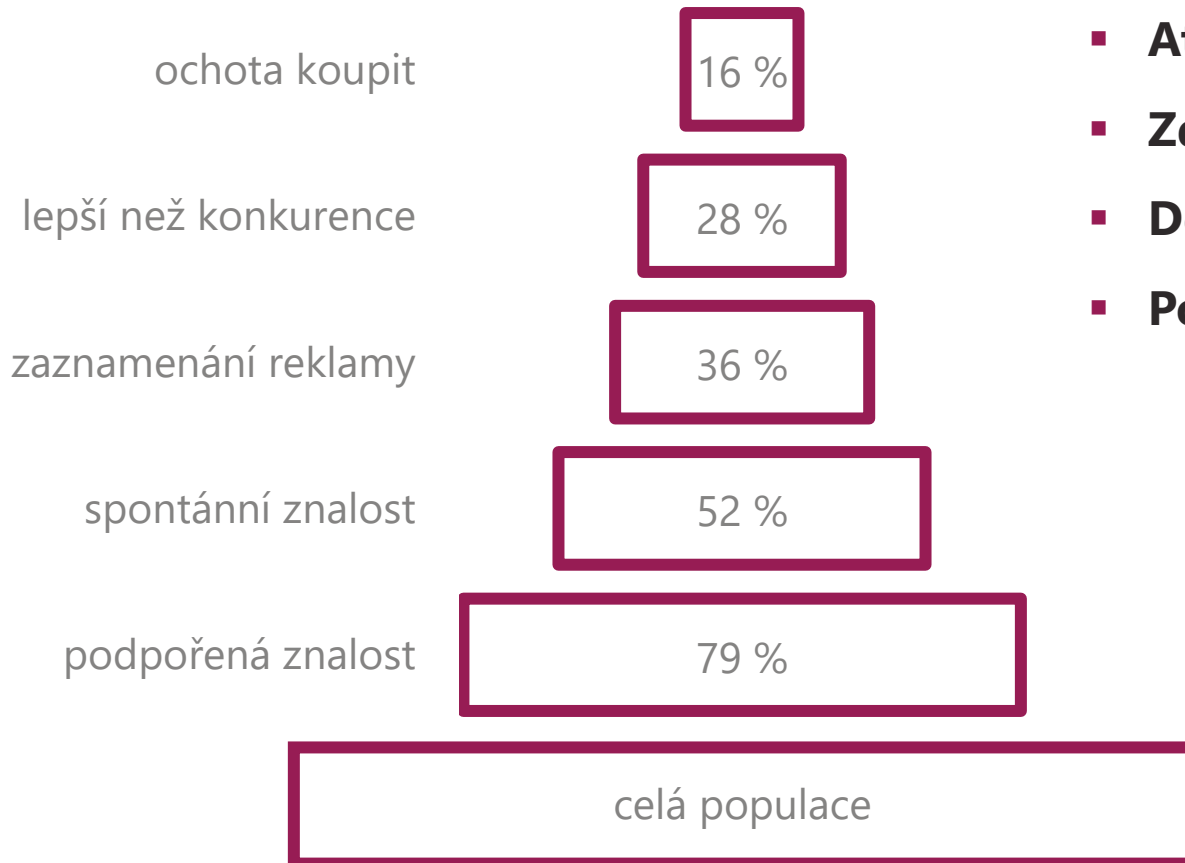
## Tržní potenciál

- **Povědomí o značce v daném regionu**
- **Konkurence v oblastech potenciální expanze**
- **Otevřenost regionálního trhu na vstup nové značky**

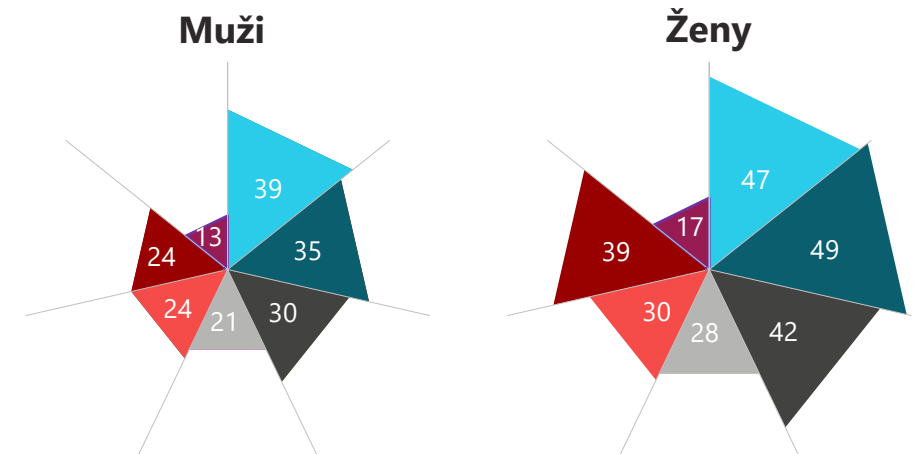


# Měření značky

## Znalost, image

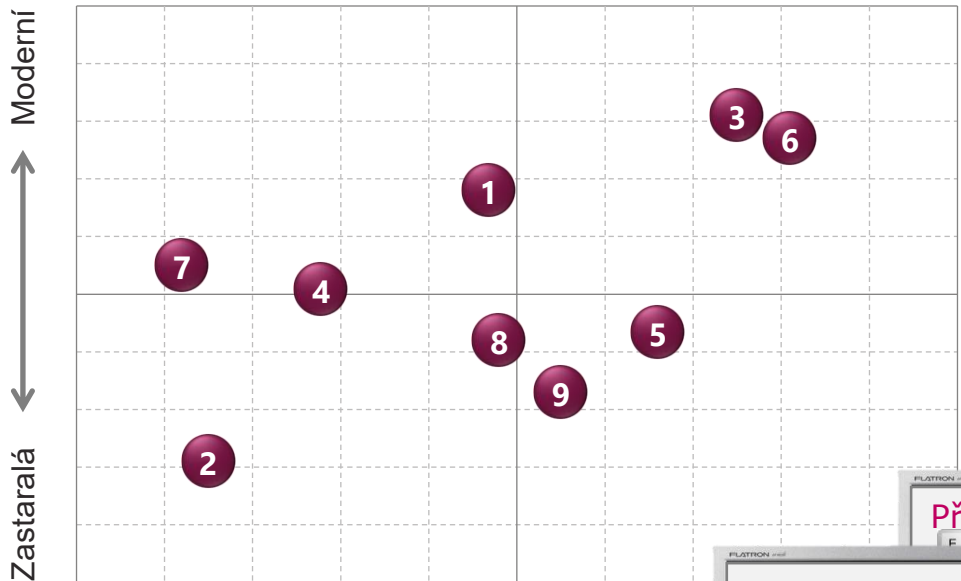


- Penetrace ve společnosti / v cílové skupině
- Atributy značky
- Zdroje informovanosti
- Definice cílových skupin a vhodných informačních kanálů
- Porovnání s konkurencí

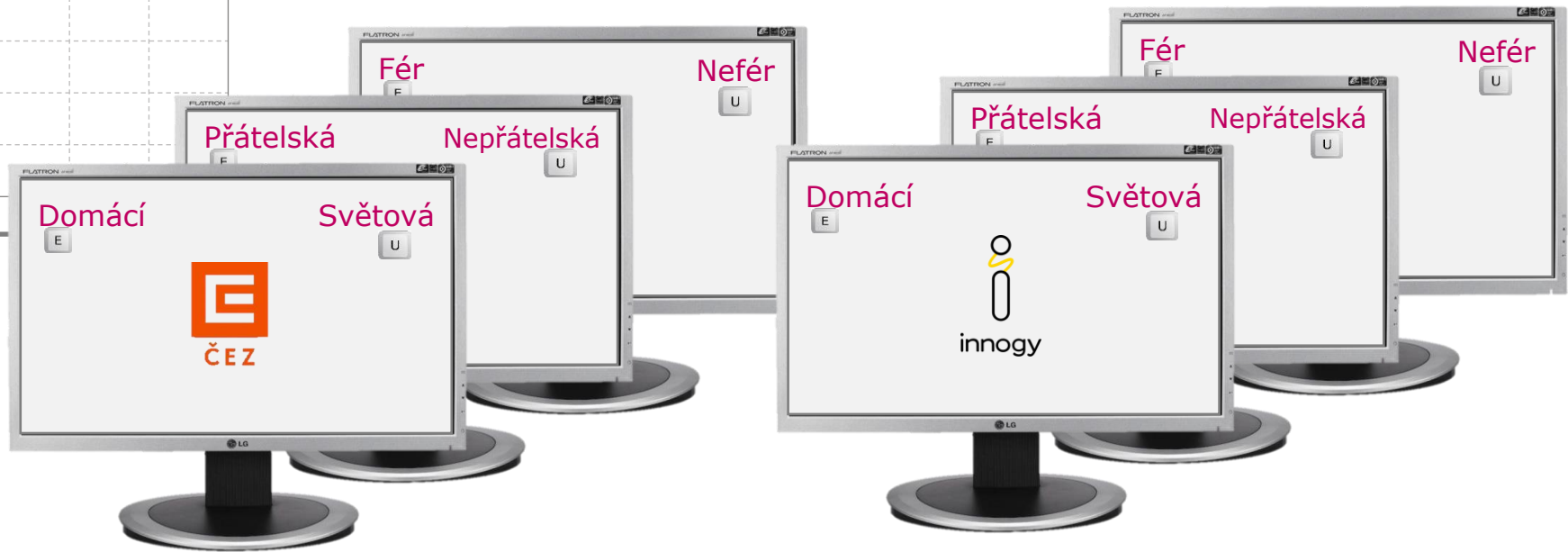


# Měření značky

## Brand Association Test



- Probouzí prvotní reakce vyvoláním dojmu časového omezení
- Testuje základní asociace spojené se značkou



Nedůvěryhodná ←

# Měření značky

## Net Promoter Score

Doporučil/a byste společnost / produkt X svým známým?

0=Rozhodně bych nedoporučil/a až

10=Rozhodně bych doporučil/a

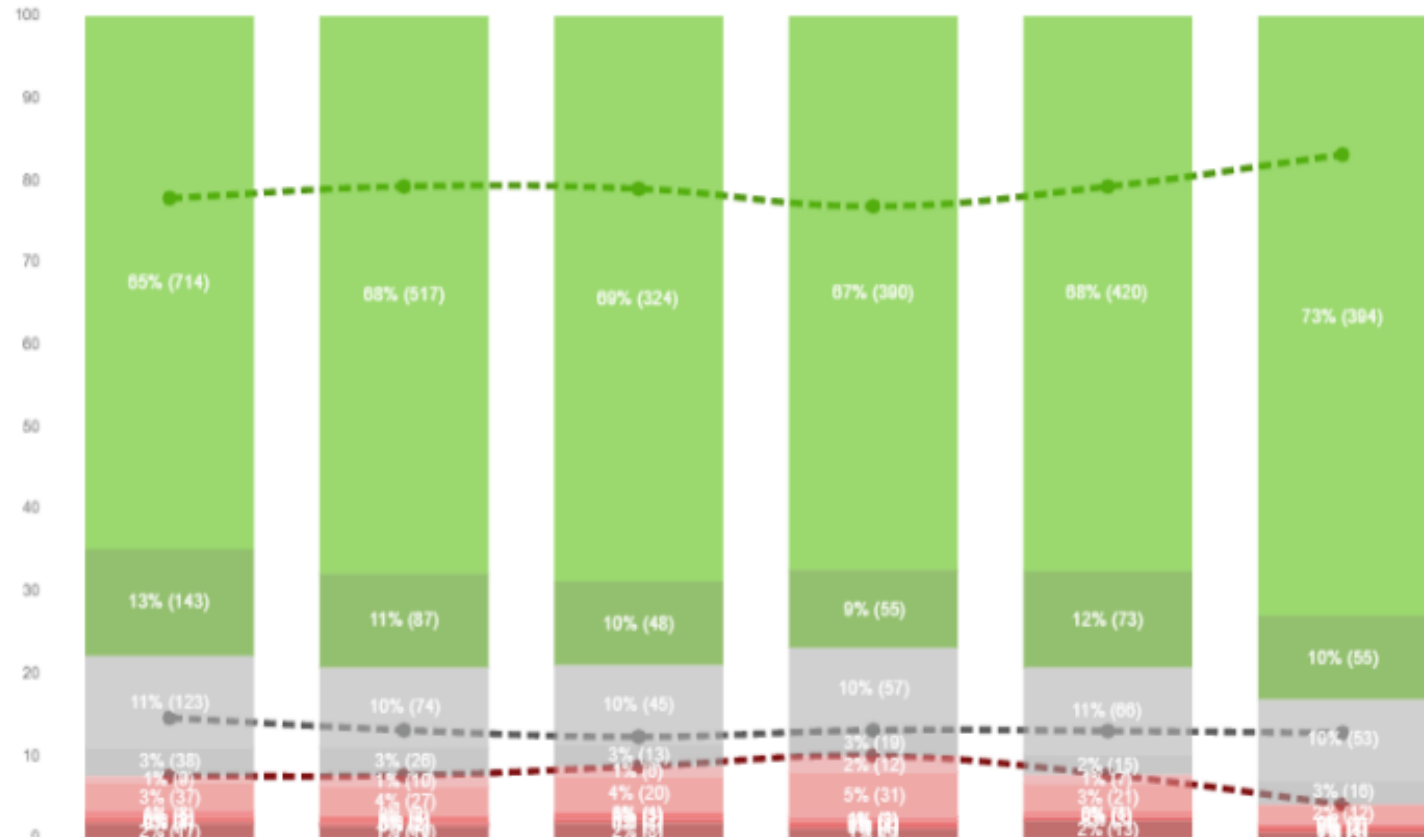


Promoters Passives

Detractors

$$NPS = (\% Promoters) - (\% Detractors)$$

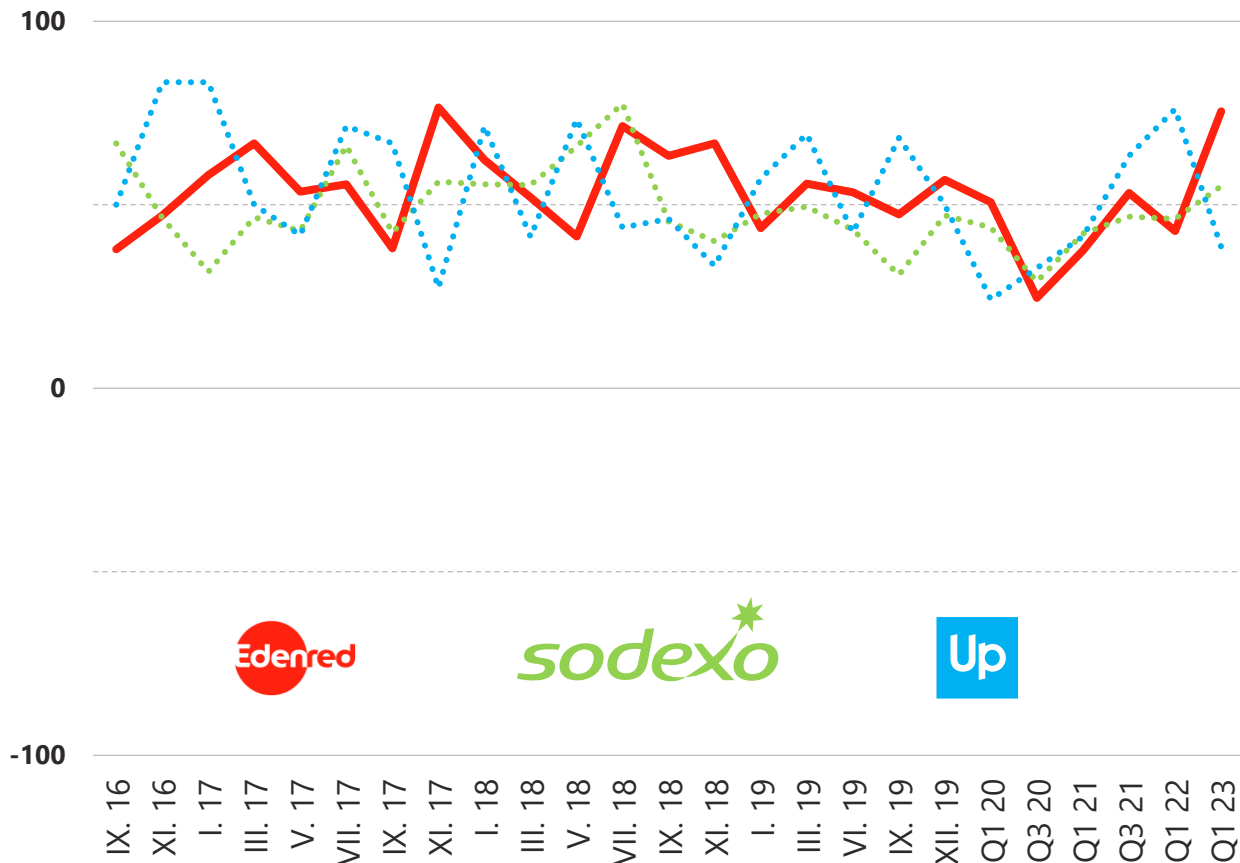
- Měří loajalitu zákazníků
- Dlouhodobé měření popularitu značky
- Srovnání s konkurencí



# Případová studie

## Edenred

stravenky a poukázky na kulturu, sport či zdravotní péči



- Tracking NPS a dalších ukazatelů nepřetržitě od září 2016
- Znalost, podíl na trhu, porovnání s konkurencí



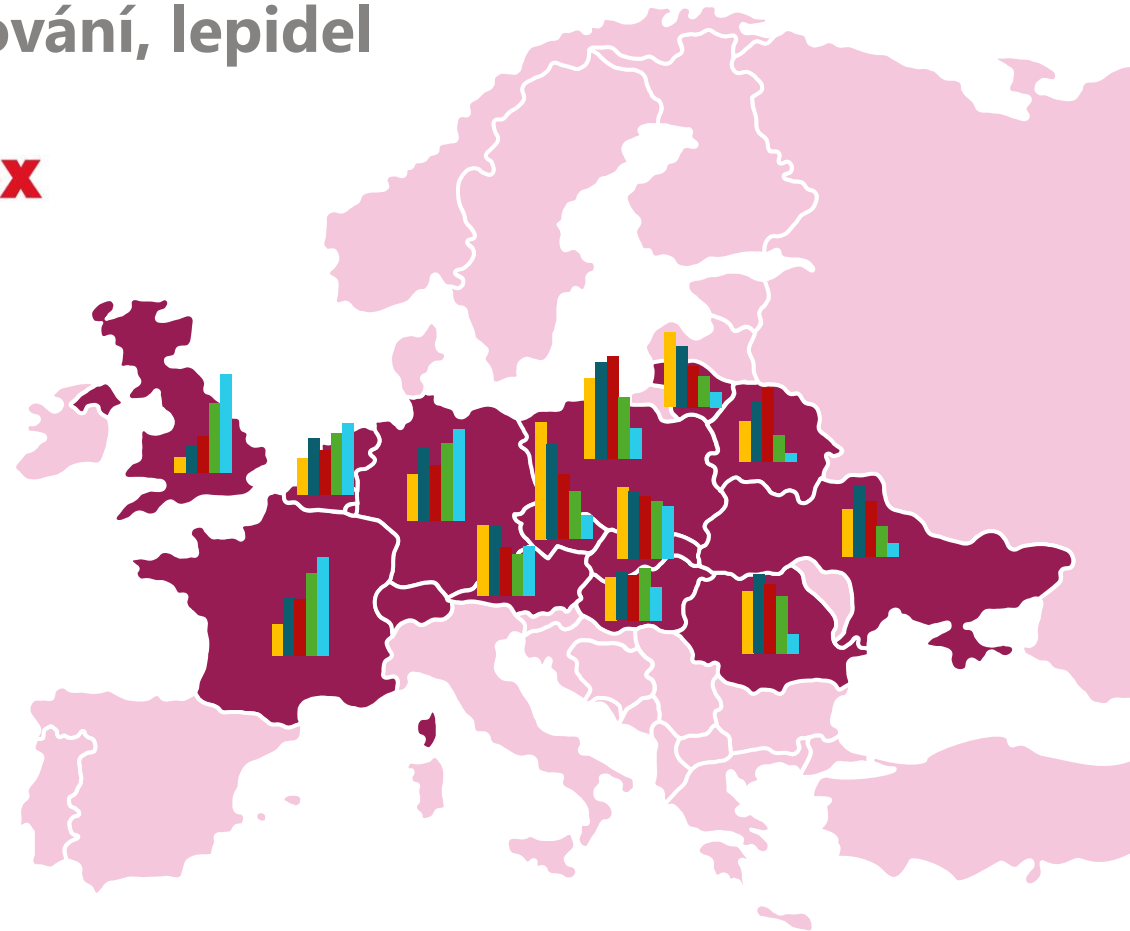
## Případová studie

# Hranipex

výrobce a dodavatel  
nábytkových hran, kování, lepidel



- Pozice a reputace značky na jednotlivých trzích
- Využívání produktů a dodavatelů na trzích
- Pomoc s expanzí na nové nebo méně penetrované trhy
- Aplikace marketingové a komunikační strategie na jednotlivých trzích





## Případová studie

# Carla

výrobce čokolád

- Postavení značky na trhu
- Nákupní chování zákazníků
- Testování nových obalů
- Rebranding



Stávající obal



Návrh 1



Návrh 2



Návrh 3



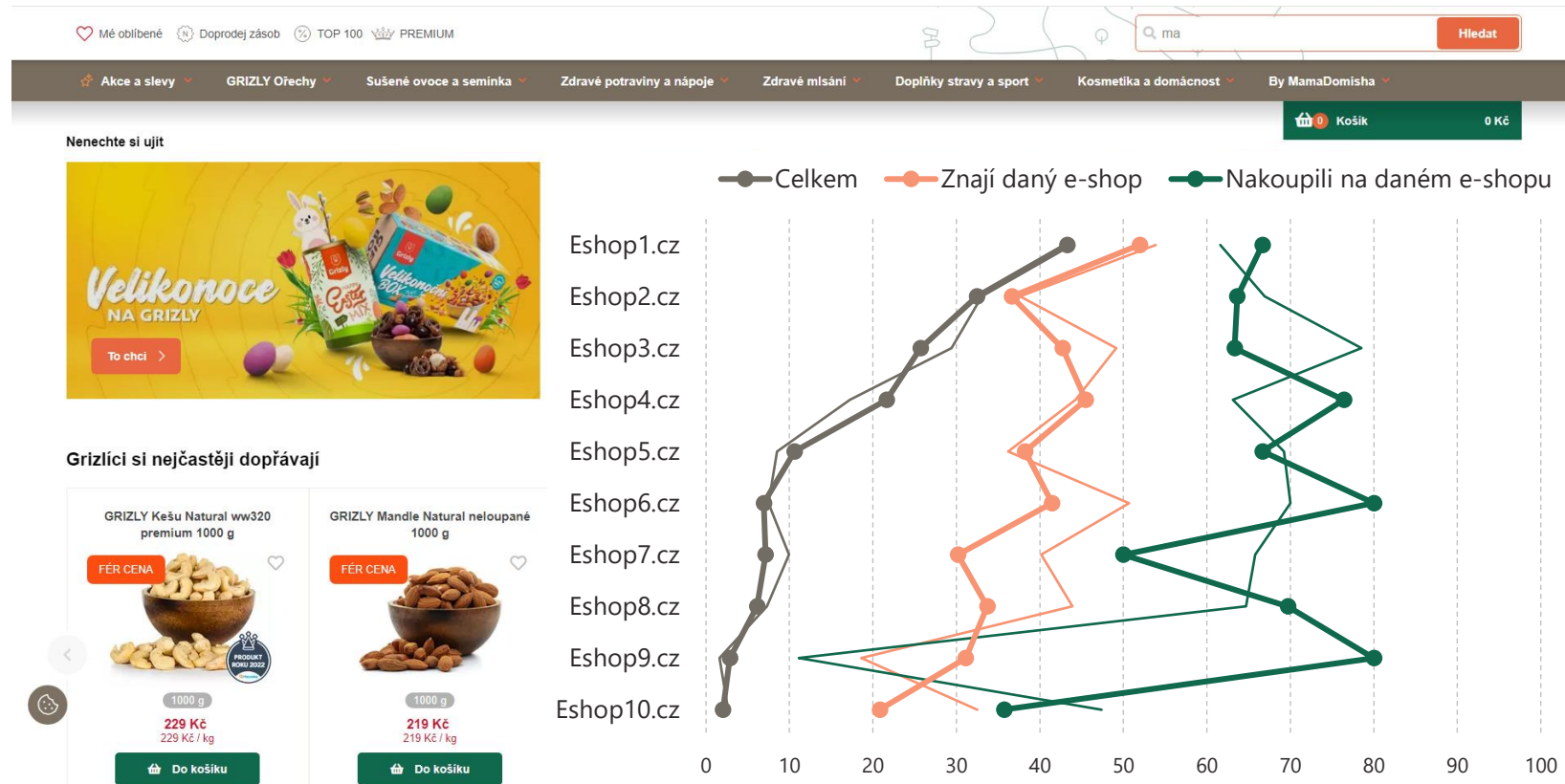


# Případová studie

## Grizly.cz

eshop s oříšky, semínky a zdravými potravinami

- Postavení značky na trhu
- Zhodnocení vlivu a dosahu mediální kampaně
- Profil zákazníka
- Atributy značky



STEM  MARK

 [www.stemmark.cz](http://www.stemmark.cz)

 [info@stemmark.cz](mailto:info@stemmark.cz)