

# STUDIO BADAŃ MARKETINGOWYCH PROFILE

**Adres:** ul. Tarnowskiego 10/3, 30-528 Kraków

**Strona WWW:** [www.krakow.targi.eco.pl/Studio\\_Badan\\_Marketingowych\\_Profile](http://www.krakow.targi.eco.pl/Studio_Badan_Marketingowych_Profile)

**Adres e-mail:** [profile@isn.pl](mailto:profile@isn.pl)

**Telefon:** 12 656 31 93

## Opis:

Studio Badań Marketingowych Profile działa od 1997 roku w Krakowie i specjalizuje się w społecznych badaniach jakościowych, traktowanych jako pierwsza, wstępna i analityczna eksploracja postaw klientów, konsumentów, petentów, a nie jedynie ich opis statystyczny. Badania jakościowe pozwalają wyjść poza to, co mówi konsument - bazują nie tylko na słowach, ale także na innych jego reakcjach, dając pełniejszy obraz jego opinii i postaw wobec produktu czy usługi. Oprócz badań jakościowych wykonujemy także badania ilościowe na różnej wielkości próbach, w celu potwierdzenia podstawowych wniosków badań jakościowych.

Stosujemy także badania jakościowe w etapie końcowym badań ilościowych wykonanych na dużych próbach reprezentatywnych, by wspomóc i uzupełnić interpretację podstawowych wyników tych badań.

Metodologię jakościową i ilościową stosujemy do szerokiego spektrum problemów rynkowych i marketingowych, a także w badaniach społecznych, takich, jak np:

- \* badanie personelu firm, zespołów pracowniczych, struktury firmy, kanałów komunikacji
- \* badanie społecznego odbioru nowych, wdrażanych produktów, usług i procedur
- \* badanie opinii publicznej w zakresie postaw politycznych, wyborczych, rynkowych etc.
- \* badania naukowe na polu nauk społecznych.

Najwięcej doświadczeń zgromadziliśmy przy użyciu następujących metod badań jakościowych:

1) Zogniskowany wywiad grupowy (FGI - focus group interview).

Dobrze eksploruje: świadomość konsumenta, jego doświadczenia, rozumienie pojęć i znajomość marek, a także etapy procesu decyzyjnego. Używamy w nim szerokiej gamy technik werbalnych oraz projekcyjnych.

Wywiady grupowe nagrywane są standardowo na taśmę wideo. Polegają one na swobodnej dyskusji moderatora z około 10-osobową grupą respondentów. Dyskusja przebiega według przygotowanego wcześniej narzędzia badawczego, jakim jest przewodnik dyskusji. Umożliwiamy standardowo klientowi obserwację przebiegu spotkania albo poprzez wideopodgląd, albo/i poprzez jednostronnie przejrzyste lustro weneckie. Respondent rekrutowany na dyskusję jest wynagradzany za obecność.

2) Wywiad pogłębiony (IDI - in-depth interview)

Indywidualny wywiad niestandardowy, najlepiej odkrywający motywacje konsumenta i sposób myślenia o produkcie czy producencie. W wywiadach pogłębionych także stosujemy obok technik werbalnych techniki projekcyjne.

Wywiad pogłębiony stosujemy głównie w przypadku prób, dla których zasadnicza jest ich rola zawodowa (wywiady odbywają się zwykle w miejscu pracy) lub gdy produkt używany jest intymnie i publiczna rozmowa o nim krępuje rozmówców. Wywiady pogłębione są standardowo nagrywane na taśmę audio, a potem ich treść jest spisywana lub streszczana zgodnie z ogólnym schematem (formę opracowania wybiera klient). Nagrania są poddane systemowej, rutynowej kontroli jakości, eliminującej materiał niekompletny lub mało wartościowy.

Nasze doświadczenia

Firma Studio Badań Marketingowych Profile działa od 1997 roku, jednak personel Studia ma 20-letnie, intensywne doświadczenia w badaniach społecznych i marketingowych (zarówno na rynku FMCG jak i produktów trwałego użytku). Także liczne nasze doświadczenia dotyczą usług (usługi i produkty bankowe, usługi przewozowe, usługi turystyczne, usługi medyczne) oraz rynku

mediów (prasa, radio, wydawnictwa, telewizja). Osobną kategorię naszych doświadczeń stanowią badania społeczne z zespołami pracowniczymi i różnymi grupami społecznymi i zawodowymi (urzędnicy, lekarze), a także badania business-to-business, czy wreszcie badania jakościowe elit.

Zespół Profili to doświadczeni moderatorzy wywiadów indywidualnych i grupowych oraz specjaliści w zakresie badań społecznych.

Niektóre marki i klienci, dla których pracowaliśmy do tej pory: Alstom Konstal SA, Amar Polska, Bacardi Martini Polska, Biuro Podróży Triada, Bonduelle, Bosch, Browar Okocim SA, Centrum Monitorowania Jakości w Służbie Zdrowia, Chio Lilly Snacks Foods, Farm Frites Poland, Felix Polska, INFOR, Maspex, Nowy Styl, Onet.pl, Optimus Pascal, Oxford University Press, Polsnack Sp. z o.o., Radio Kraków Małopolska, Tymbark SA, Urząd Miasta Andrychów, Urząd Miasta Krakowa, Wizja TV

Studio przestrzega zasad etycznych i metodologicznych zalecanych firmom badawczym przez European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR). Zapraszamy do współpracy.