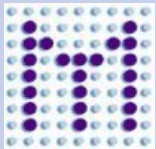


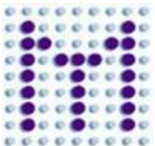
Mitä asiakkaat odottavat markkinatutkimukselta – miltä vuosi 2013 näyttää?

Juha Aalto, puheenjohtaja,
Markkinatutkimusliitto



Markkinatutkimusliiton kvalitatiivinen asiakastutkimus 1/2013

- Tarjottava lisää tulevaisuuden ymmärrystä – peräpeiliin katsominen ei riitä
- Toivotaan näkemyksellisyyttä ja rohkeita kannanottoja
- Apua ja tukea tulosten hyödyntämiseen
- Monien eri tietolähteiden ja menetelmien integroiminen – tutkimustoimistoille iso potentiaali
- Tutkimusprosessi voi olla viihdyttävä koko prosessin ajan – luotettavuudesta tinkimättä
- SMTL:n ammattilaisille tuttu, muille ei – hyvä, että joku vie tutkimusalaa eteenpäin
- Eettiset säännöt tärkeät – laatu järjestelmät eivät niinkään silloin kun toimitaan tuttujen yritysten kanssa



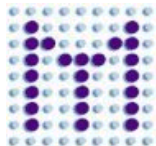
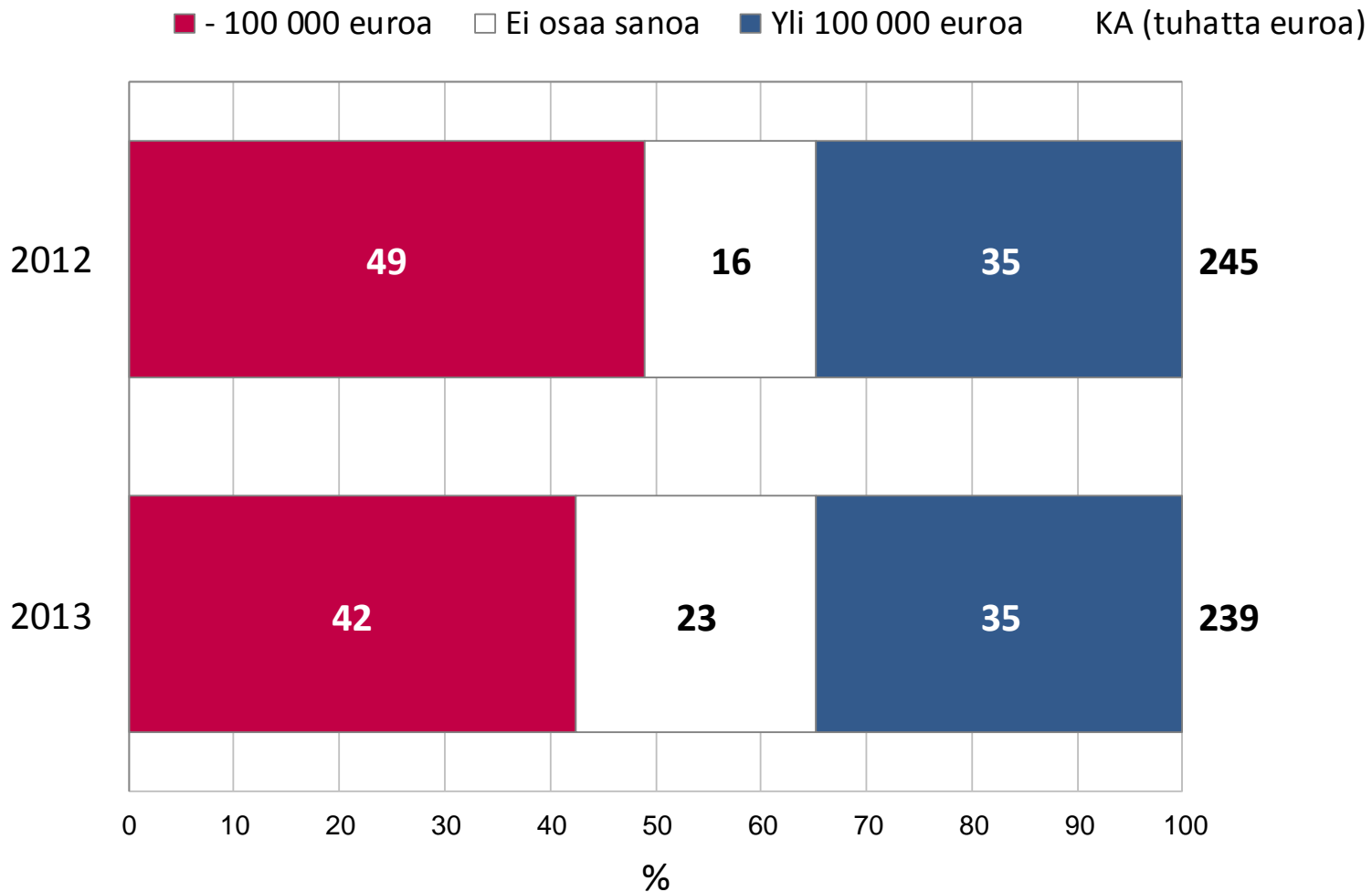
Tutkimusaikeet 3/2013 – keskeiset havainnot

- Taantuma kurittaa tutkimusta – ennuste kysyntä laskee
- SMTL:n suurin haastaja – aiotaan tehdä entistä enemmän itse!
- Lähes kaikilla on joku DIY-softa kyselyiden tekoon
- Joka toinen on rakennut asiakasraadin tai paneelin asiakkaittensa kuulemiseksi
- ”Laaturukkaset” ovat pudonneet käsistä
- Sosiaalisen median seuraaminen on vakiintunut
- Uusista välineistä kiinnostus mobiiliin on voimakkaassa nousussa
- Menetelmissä kvali menee verkkoon ja Big Data kiinnostaa



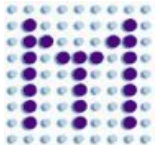
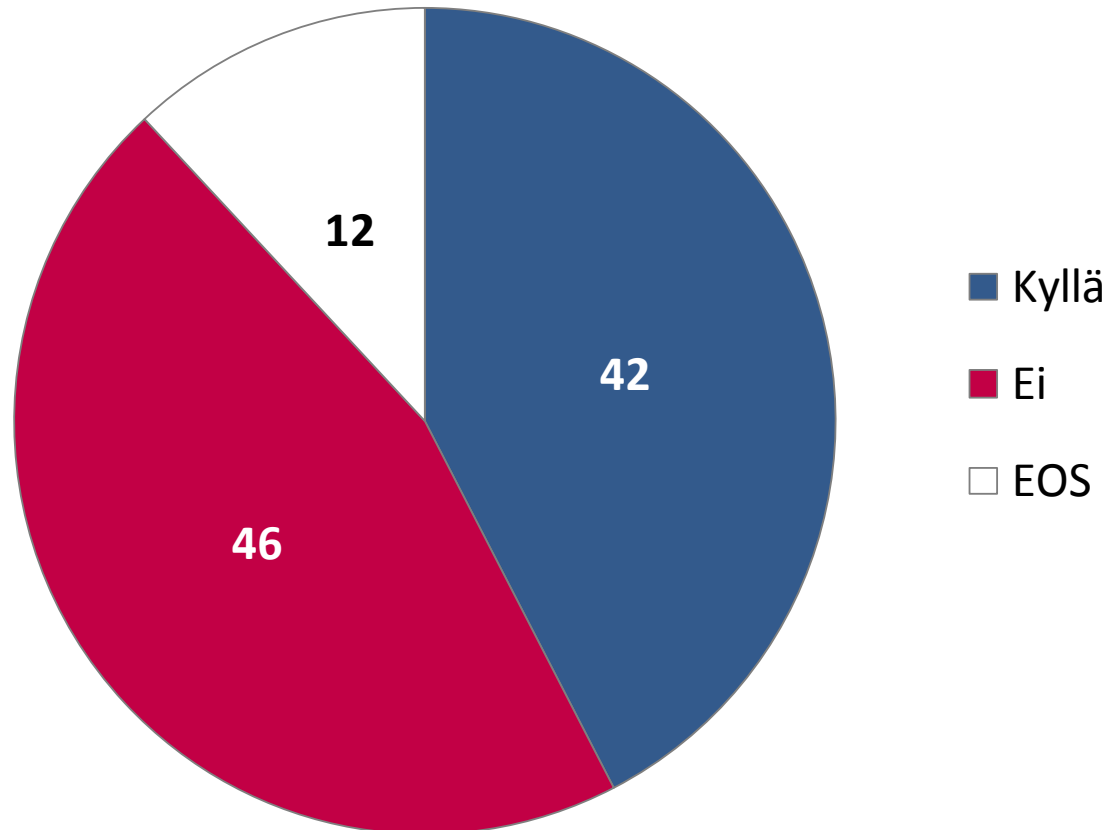
Markkinatutkimuspanostukset 2012 ja 2013

Kaikki vastaajat, n=92



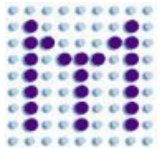
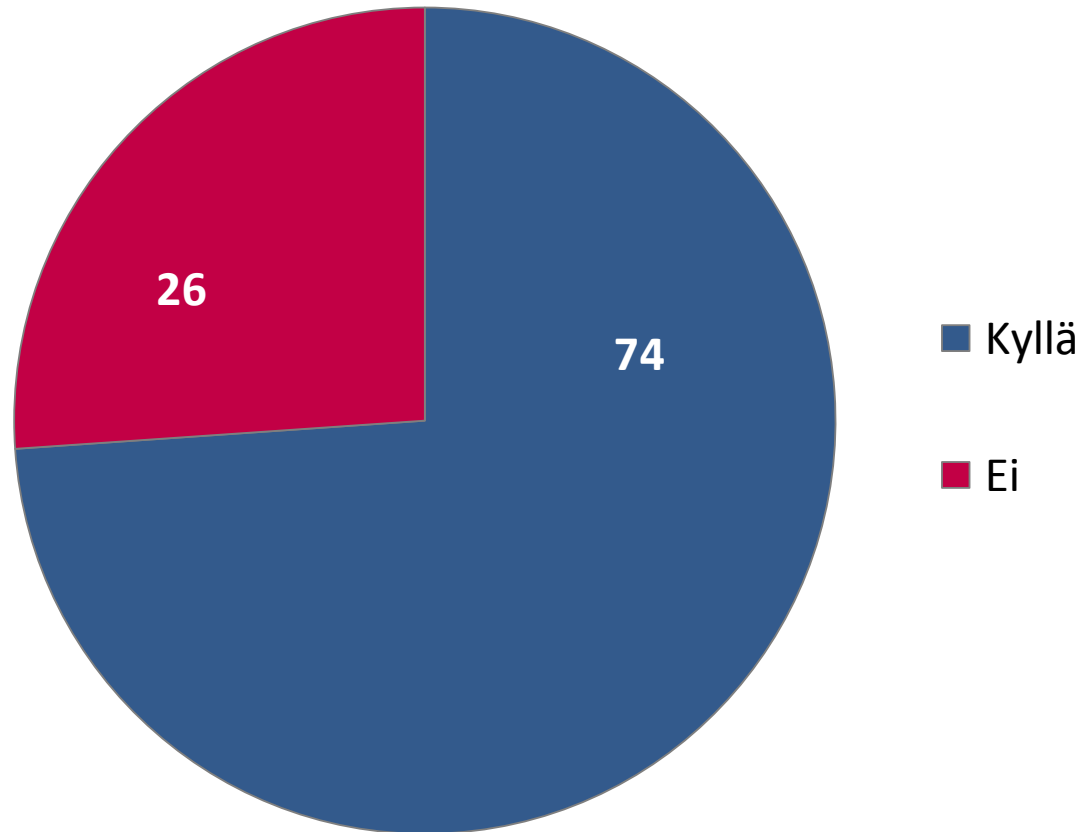
Oletteko kerännyt omasta asiakaskunnastanne vastaajaneelia tutkimusten tai kyselyiden tekoa varten?

Kaikki vastaajat, n=92

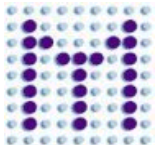
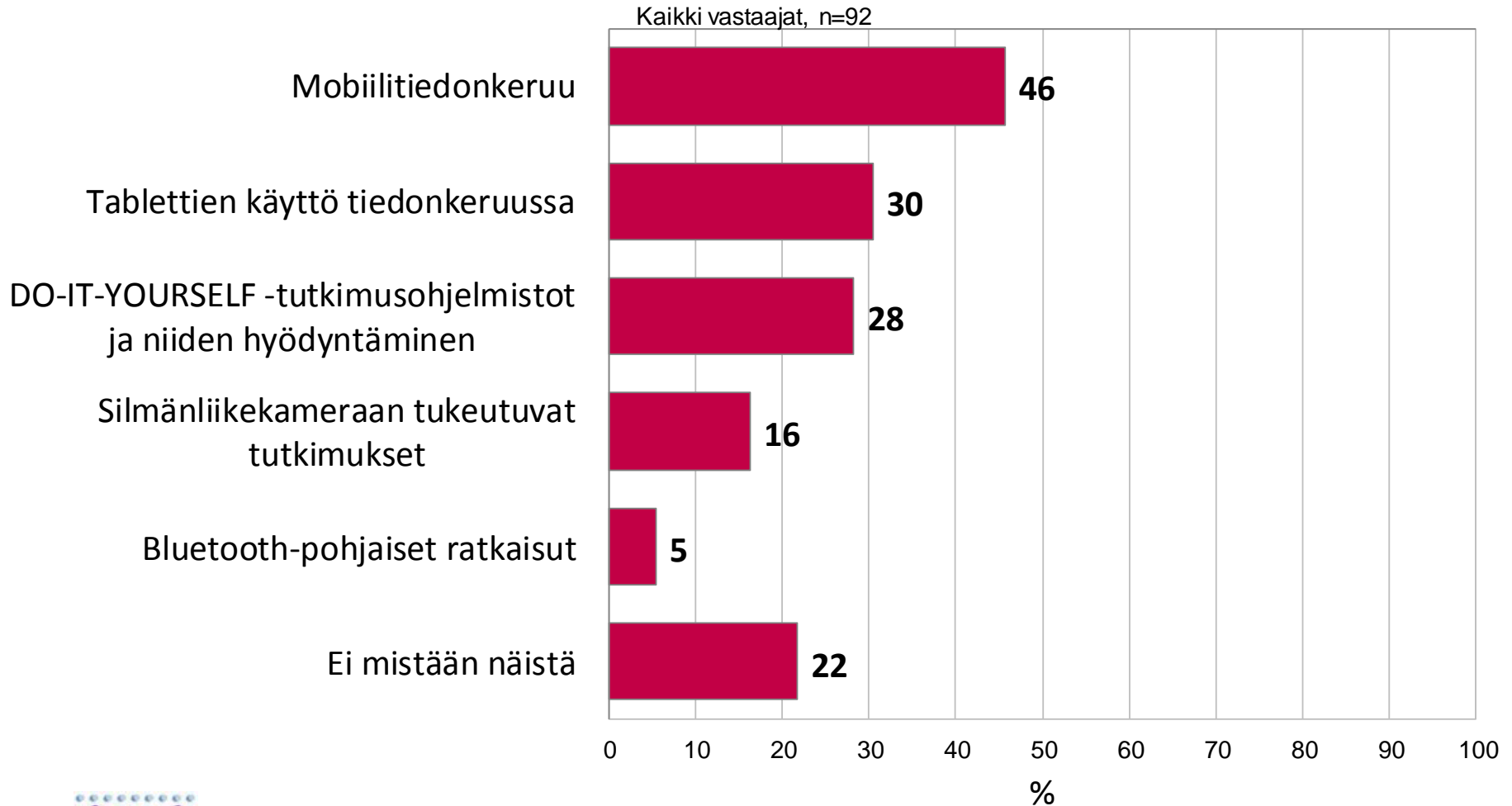


Seuraatteko omaa yritystänne koskevaa keskustelua sosiaalisessa mediassa)?

Kaikki vastaajat, n=92



Millaisista uusista välineistä toivoisit lähivuosina nykyistä enemmän apua ja ratkaisuja suomalaisilta markkinatutkimusyrittäjiltä?



Millaisista uusista menetelmistä toivoisit lähivuosina nykyistä enemmän apua ja ratkaisuja suomalaisilta markkinatutkimusyrittäjiltä?

Kaikki vastaajat, n=92

