

Versenytárs-elemzés és piackutatás



Összefoglaló

A Human Value International a közép-kelet európai régióban jelenleg 4 irodából (Bulgária, Magyarország, Románia, Szerbia) szolgálja ki ügyfeleit. Nemzetközi kutató csapatunk az elmúlt évek során egyedülálló versenytárs-elemzési és piackutatási modellt alakított ki.

Egyedi piackutatási és versenytárs-elemzési szolgáltatásunkkal ügyfeleink új piacokra való belépését, portfólióbővítési törekvéseit és a regionális terjeszkedését támogatjuk. Továbbá piackutatás szolgáltatásunk abban is segítséget nyújt ügyfeleink számára, hogy a fontos stratégiai döntéseket megalapozott piaci információk alapján hozhassák meg.

Szolgáltatásunk legfőbb jellemzői

- ♣ Piackutatási és versenytárs-elemzési projektjeinket **kiforrott módszertan** alapján végezzük, ám minden esetben a megrendelő fókusz-kérdéseinek megfelelően **egyénre szabjuk** azt.
- ♣ A vezetők és kulcsemberek felkutatásában és kiválasztásában egy évtized alatt felhalmozott tapasztalatunk képessé tesz bennünket arra, hogy gyorsan és hatékonyan **azonosítsuk ügyfelünk versenytársait, azok szakembereit és kompetenciáit.**
- ♣ Piackutatási **módszertanunk egyediségét** az adja, hogy a versenypiacon **dolgozó munkatársakat keresünk fel, és a velük folytatott strukturált interjúk során összegzett tényadatokra hagyatkozva** adunk pontos helyzetképet.

A versenytárselemzés & piackutatás eredménye

Cégre szabott elemzésünk azonnal értékelhető információkat nyújt ügyfeleink számára, többek között az alábbi témákban:

- ♣ versenytársaknál jellemző üzleti folyamatok, üzleti megoldások
- ♣ alkalmazott teljesítményértékelési rendszerek és fizetési tendenciák,
- ♣ személyes motivációk és jellemző viselkedési normák,
- ♣ az egyes kulcspozíciókkal szembeni jellemző elvárások (pl. végzettség, szakmai gyakorlat, kompetenciák)

Módszertanunk mérföldkövei

❖ Első lépés – feladatok, kutatási paraméterek meghatározása

Tanácsadó és kutató kollégáink az ügyféllel szoros együttműködésben határozzák meg a versenytárselemzés & piackutatás fókuszait és paramétereit. A siker egyik fontos követelménye, hogy pontosan és részletesen határozzuk meg a célok eléréséhez szükséges feladatokat, behatároljuk a téma szempontjából érdekes és releváns célpiacokat, valamint egyértelműen megfogalmazzuk azokat a kérdéseket, amelyekre a kutatás során válaszokat keresünk.

❖ Második lépés – kvantitatív kutatás

A munkafolyamat során részletesen feltérképezzük és elemezzük az ügyfél piacának makro- és mikro környezetét. Primer adatok gyűjtése során rátekintünk a versenytársak piaci környezetére és human tőkéjére. Az összegyűjtött információkból nyert összefüggések és trendek alapján határozzuk meg kutatásunk további irányait, és definiáljuk a következő lépések eszköztrendszerét.

❖ Harmadik lépés – személyes interjúk, a kvalitatív kutatás

A folyamatkövetkező lépése a strukturált interjúk szakasza. Ennek során a piac kulcsszereplőivel folytatott személyes beszélgetések keretében nyerünk részletes információt a kérdéses piac jellegzetességeiről. Az interjúk fókuszát mindig a kutatás első lépésében megfogalmazott célok határozzák meg.

❖ Negyedik lépés – Az adatok integrálása, tanulmány elkészítése és visszajelzése

A kvantitatív és kvalitatív kutatásból nyert adatokat elemezve, integrálva kirajzolódnak előttünk azok a piaci jellegzetességek, tendenciák, amelyek segítik ügyfeleinket a fontos stratégiai döntések meghozatalában. Tapasztalatainkat egy tanulmány formájában összesítjük, majd az ügyféllel folytatott személyes konzultáció keretében jelezzük vissza.

A Projekt időigénye

Egy piackutatási projekt időigénye a célzott piac méretétől és az elemzés elvárt mélységétől függ. Projektjeink hossza jellemzően 3 hét és 2 hónap között mozog.

KAPCSOLAT:

Diós Edit
country manager

+36 20 236 0870
dios@humanvalue.eu
www.humanvalue.eu



Human Value International
1062 Budapest
Bajza utca 20.