



Έρευνα Αγοράς

Δημήτρης Παξιμάδης

Μέλος του ΚΕΜΕΛ

π. Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος, OgilvyOne, Athens

π. Γενικός Διευθυντής, BBDO Advertising, Athens

1ο Βασικές Έννοιες

Ορισμός, χρησιμότητα, Είδη έρευνας, Απλές vs Σύνθετες Έρευνες, Παραδείγματα

2ο Εφαρμογή σε Startup

Βασικά στάδια έρευνας, Υποθετικό παράδειγμα Early Stage Startup, Τύποι ερωτήσεων, DIY Research/μεθοδολογία.

Παράδειγμα Διαδικτυακής έρευνας,

3ο Παραδείγματα & Εργαλεία DIY

Retirement Communities Research Study, Πλεονεκτήματα DIY, Ενδεικτική διαδικασία, Κόστος.

Έρευνα Αγοράς, είναι η διαδικασία συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων και πληροφοριών, προκειμένου μια επιχείρηση να λάβει ή να αξιολογήσει αποφάσεις, σχετικά με νέα ή υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες.



Ένα επιχειρηματικό εργαλείο «παντός καιρού» που θα πρέπει να συμβιώνει και να «τροφοδοτεί» με χρήσιμα στοιχεία το Marketing, τα Οικονομικά και το Management οποιασδήποτε επιχείρησης.

Για απόκτηση γνώσης σε θέματα όπως:

- Αγορές και προϊόντα** (μέτρηση δυναμικής και τάσεων της αγοράς, μερίδια αγοράς, ανάλυση πωλήσεων και προβλέψεις).
- Λανσάρισμα προϊόντων/υπηρεσιών** (επιλογή της κατάλληλης διαφήμισης (pre/post testing), πρόβλεψη συμπεριφοράς, αποδοχής των καταναλωτών, κλπ.)
- Επιβεβαίωση παραδοχών** του Business Model και Συλλογή Στοιχείων για την δημιουργία Business Plan.
- Αξιολόγηση στρατηγικής και κατευθύνσεων** σε όλες τις φάσεις του Κύκλου ζωής των Πελατών.

1. Πρωτογενείς έρευνες

Ποιοτικές (Focus Groups, Ατομικές συνεντεύξεις σε βάθος)

Ποσοτικές (Ερωτηματολόγιο μέσω Τηλεφώνου, ταχυδρομείου, email, DIY Internet)

Προσωπικές Επισκέψεις στην Αγορά



2. Δευτερογενείς Έρευνες

Έρευνα Γραφείου (μέσω Internet, Επιμελητηρίων, Συνδέσμων, Κλαδικών Φορέων κλπ.)



Οι πρωτογενείς έρευνες μπορεί να είναι :
ποιοτικές, και γίνονται συνήθως σε μορφή συζητήσεων ομάδων 7-10 ατόμων, (**focus groups**),
ή **ποσοτικές** που γίνονται με **κλειστό ερωτηματολόγιο**, μέσω προσωπικής επαφής, τηλεφωνικά, ταχυδρομικά ή μέσω διαδικτύου.

Κλειστές ερωτήσεις είναι αυτές στις οποίες υπάρχει συγκεκριμένη επιλογή απαντήσεων όπως με ένα ναι ή όχι, σωστό ή λάθος, καθόλου-λίγο-αρκετά – πολύ, βαθμολόγηση 1-10 κλπ.

Ανοιχτές Ερωτήσεις είναι αυτές που μας επιτρέπουν να εκφράσουμε την άποψη μας, συνήθως με ένα περιορισμένο αριθμό λέξεων.

- **Τα ποσοτικά δεδομένα** μετρώνται με αριθμούς και είναι πολύτιμα ως προς την ποσότητα τους: όπως πόσοι άνθρωποι απαντούν σε ερωτήσεις με συγκεκριμένο τρόπο.
- **Τα ποιοτικά δεδομένα** παρέχουν εικόνα για συναισθήματα και αντιδράσεις που είναι κυρίως πολύτιμα στην περιγραφική τους φύση: δηλαδή πώς νιώθουν οι άνθρωποι για ένα συγκεκριμένο θέμα. Αυτό αποκαλύπτεται από λεκτικές επιλογές, εκφράσεις και τόνο της φωνής.

Η έρευνα αγοράς αποτελεί την **πρώτη ύλη για τον εντοπισμό και επίλυση προβλημάτων αλλά και εκμετάλλευση ευκαιριών** σε όλη την διάρκεια του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης.

- Εξάλλου η επίλυση προβλημάτων είναι η καθημερινότητα των ιδρυτών και των στελεχών μιας επιχείρησης.

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη ερευνών, από μονοδιάστατες **ποσοτικές ή ποιοτικές (π.χ. Taste tests)** που ερευνούν εξειδικευμένες πτυχές της επιχειρηματικότητας, έως **σύνθετες πολυδιάστατες (π.χ. Awareness/Trial/Usage)**, που είναι συνήθως επαναλαμβανόμενες και καθοριστικές για την πορεία μιας μάρκας, κατηγορίας ή και κλάδου.

Ένα Παράδειγμα Brand vs User Imagery είναι :


Η έρευνα **Photosort** που "ταιριάζει" την **εικόνα ενός Brand** με την **εικόνα των χρηστών** του, μέσα από χαρακτηριστικές φωτογραφίες τους,



Είναι τρόπος σύγκρισης δύο παραλλαγών μιας μεμονωμένης μεταβλητής (π.χ μια διαφημιστική καταχώριση με διαφοροποιημένο τίτλο).


Συνήθως δοκιμάζεται η απόκριση ενός ερευνώμενου στην **παραλλαγή Α** **έναντι της παραλλαγής Β**, προσδιορίζοντας έτσι ποια από τις δύο παραλλαγές είναι πιο αποτελεσματική.

VERSION A



vs.

VERSION B



- Στην κατηγορία αυτή ανήκει και η ποσοτική έρευνα χρήσης και στάσης (**Usage & Attitude Survey**), Ένας εξαιρετικός τρόπος για να κατανοήσετε την αγορά για ένα συγκεκριμένο προϊόν, μάρκα και κατηγορία.
- Σημειώνουμε ότι η μελέτη U&A Study έχει σχεδιαστεί για να παρέχει μια **σταθερή βάση για σχεδόν οποιαδήποτε απόφαση** σχετικά με την βιωσιμότητα και ανάπτυξη μιας επιχείρησής. Αλλά μπορεί να εφαρμοστεί μετά την φάση Go-To-Market, όταν θα έχετε γίνει γνωστοί και θα έχετε πελάτες.
- Δίνει ένα στιγμιότυπο του πώς έχουν τα πράγματα, ιδιαίτερα για ευρύτερα γνωστές μάρκες, αποκαλύπτοντας σημαντικές πληροφορίες για το ανταγωνιστικό τοπίο.

➤ Ας την γνωρίσουμε

Η U&A Study είναι ένας στρατηγικός τύπος έρευνας, για τον εντοπισμό των παραγόντων που σχετίζονται με τη χρήση ενός προϊόντος/υπηρεσίας και την θέση και στάση των πελατών προς ένα Brand/προϊόν και τον ανταγωνισμό του.

Ενδεικτικοί στόχοι της έρευνας U&A

- Για να κατανοήσετε την θέση σας (**Brand Position**) σε σχέση με τον ανταγωνισμό στην αγορά.
- Για να εντοπίσετε **πιθανά κενά** στην αγορά που σχετίζονται με αλλαγές καταναλωτικών θέσεων/στάσεων/προθέσεων.
- Για πιθανή **αμφισβήτηση ή επιβεβαίωση παραδοχών**
- Για τη δημιουργία σημείων αναφοράς (**bench marking**) επόμενων ερευνών/μελετών
- Για να κατανοήσετε τον αντίκτυπο και **τον απόηχο γεγονότων** ή αλλαγών (π.χ. πανδημία, νέοι παίκτες στην αγορά)

Η διαδικασία και ακολουθία των ερωτήσεων σε μια έρευνα U&A είναι αρκετά απλή και στην πραγματικότητα αντιστοιχίζεται άνετα με το παραδοσιακό **Sales Funnel** διερευνώντας:

1. Αβοήθητη (**Unaided recall**) Αναγνωρισιμότητα Μάρκας (**Brand Awareness**) της κατηγορίας.
2. Βοηθούμενη (**Aided Recall**) Αναγνωρισιμότητα (**Brand Awareness**) από λίστα Μαρκών .
3. Επίπεδο ενδιαφέροντος/δοκιμής (**Interest/Trial**) της μάρκας ή του προϊόντος.
4. Επίπεδα συμφωνίας (**Agreement Levels**) με διάφορες δηλώσεις για το Brand/Προϊόν/υπηρεσία.
5. Αγορά/Χρήση (**Purchase/Usage**) της μάρκας προϊόντος/υπηρεσίας.
6. Συχνότητα χρήσης μάρκας (**Usage Frequency**) ή και προώθηση/διάδοση (**Advocacy**).

Σε μια έρευνα που εστίαζε σε προβλήματα για σκυλοτροφές, στην ερώτηση «Με ποια κριτήρια θα επέλεγαν έτοιμη τροφή για το ζώακι σας», ποια νομίζετε ότι θα ήταν η συχνότερη απάντηση ?

➤ **Θρεπτικότητα, υγεία, ευεξία κ.λπ.**

Δηλαδή ένα playback από τις αντίστοιχες διαφημίσεις

Στην ερώτηση «**Αν και τι προβλήματα έχουν με τις έτοιμες τροφές για το ζώακι σας**» πολλοί παραπονέθηκαν για την κακή μυρωδιά του στόματος και της εκπνοής του, τη μυρωδιά της τροφής κ.λπ.

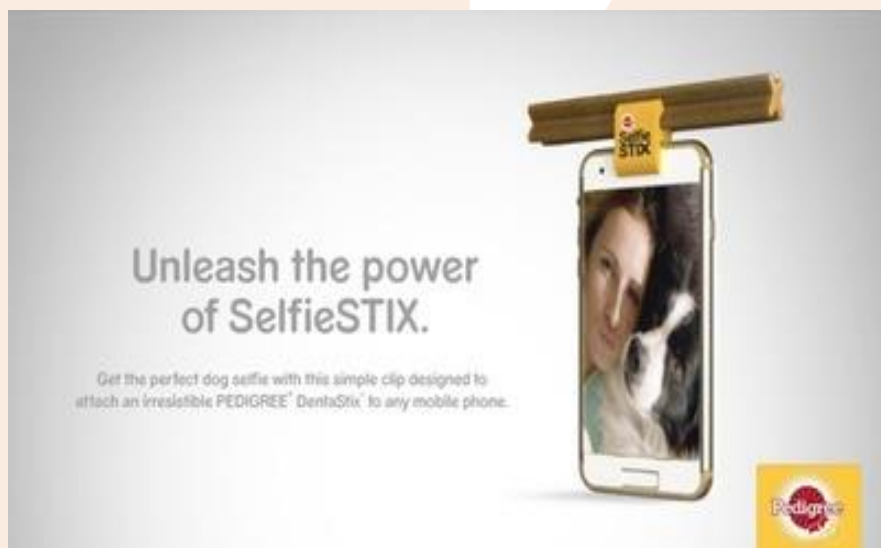
Η έρευνα αποτέλεσε το έναυσμα για την δημιουργία του DentalStix που συνοδεύτηκε από την καινοτόμο προωθητική ενέργεια που ακολουθεί

Χιουμοριστική διαφήμιση της DENTALstix που απευθύνεται σε λογική και συναίσθημα





Πρωθητική ενέργεια που επίσης απευθύνεται σε λογική και συναίσθημα

Με κάθε συσκευασία, παίρνεται ένα **ειδικό clip** για την τοποθέτηση πάνω στο κινητό σας του **DentaStix**, που κάνει το σκυλάκι σας να... **χαμογελάει στον φακό στα selfies.**



Και διασκεδάσετε με την εφαρμογή dog facial recognition για την προσθήκη Fun filters.



Unleash the power of SelfieSTIX

Get the perfect dog selfie with this simple clip designed to attach an irresistible PEDIGREE® "DenbuSHi" to any mobile phone.

To demonstrate the versatility of Pedigree Donbushis, we created SelfieSTIX, a specially designed phone accessory that attaches Donbushis to your phone, so you can capture the perfect dog selfie.

The promotional item was supported by our own social platform - the SelfieSTIX app. The app took people's perfected dog selfies and added fun filters to them. Facial recognition in humans is straightforward. But with the extreme variation in dog faces, the technology is much more sophisticated. This is the first time it has been used on dogs successfully.

The clip, app and campaign elements encouraged the sharing of images and videos across all social platforms - letting dog owners participate in a rich social community of like-minded pet owners.

1ο Βασικές Έννοιες

Ορισμός, χρησιμότητα, Είδη έρευνας, Απλές vs Σύνθετες Έρευνες, Παραδείγματα

2ο Εφαρμογή σε Startup

Βασικά στάδια έρευνας, Υποθετικό παράδειγμα Early Stage Startup, Τύποι ερωτήσεων, DIY Research/μεθοδολογία.

Παράδειγμα Διαδικτυακής έρευνας,

3ο Παραδείγματα & Εργαλεία DIY

Retirement Communities Research Study, Πλεονεκτήματα DIY, Ενδεικτική διαδικασία, Κόστος.

Όλες οι Startups πρώιμης φάσης απαιτείται να κάνουν «πειράματα» όπως έχει εξηγηθεί με την μέθοδο του Assumption Validation . Οι έρευνες αγοράς αποτελούν τα πιο διαδεδομένα «πειράματα» για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων που παρέχουν πληροφόρηση για το πώς θα «αντιδράσουν» οι δυνητικοί πελάτες στα προτεινόμενα προϊόντα ή υπηρεσίες σας.

Τα κρίσιμα ερωτήματα **προς απάντηση είναι:**

- Η ιδέα λύνει ένα σημαντικό πρόβλημα?
- Θα ενδιαφερθούν κάποιιοι για την προτεινόμενη λύση?
- Θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν?
- Είναι η αγορά αρκετά μεγάλη?

Τα βασικά στάδια ενός τέτοιου «πειράματος» ή διαδοχικών «πειραμάτων» έχουν ως εξής:

- **Μελέτη δευτερογενών στοιχείων (κυρίως desk research)**
- **Έρευνα με προσωπικές συνεντεύξεις στην αγορά**
- **Σχεδιασμός ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας,**
- **Επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος,**
- **Διενέργεια στοχευμένης ποιοτικής έρευνας,**
- **Ποσοτική έρευνα επαλήθευσης,**
- **Ανάλυση και αξιολόγηση.**

Ας δούμε ένα υποθετικό παράδειγμα όπου ακολουθούμε στην πράξη τα Βασικά στάδια έρευνας αγοράς μιας Startup.

Έστω ότι έχετε σπουδάσει ηλεκτρονικός, είστε λάτρης της ποδηλασίας και σκεφθήκατε ένα **νέο, πρωτοποριακό αντικλεπτικό προϊόν**, εύκολο σχετικά στην παραγωγή του, που θα μπορούσε να πουληθεί χωρίς ενδιάμεσους, μέσω Internet.



Μια **αντικλεπτική συσκευή** συνδυασμό συναγερμού και **GPS anti theft tracker**

Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να κάνετε είναι αυτό που ονομάσαμε desk Research, δηλαδή να ψάξετε, κυρίως στο Internet, και να βρείτε απαντήσεις σε ερωτήματα όπως:

Υπάρχουν παρεμφερή προϊόντα σε διεθνή ή ελληνικά sites, που λύνουν το ίδιο πρόβλημα, και αν ναι, πως και σε τι τιμές?



Τι επιχειρήματα χρησιμοποιούν για να πείσουν τους δυνητικούς χρήστες να αγοράσουν?

Τι συζητιέται στα social media σχετικά με την αποτελεσματικότητα των αντικλεπτικών που κυκλοφορούν στην αγορά? κλπ.

Ειδικά στο ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής προσπάθειας, η έρευνα αγοράς θα πρέπει να ξεκινήσει από εσάς τους ίδιους, με συγκέντρωση στοιχείων από **δευτερογενείς πηγές (desk research)**, όπως το διαδίκτυο, επιμελητήρια, συνδέσμους, κυβερνητικούς οργανισμούς και φορείς.

Πρώτη στάση, όπως πάντα, Google search στο διαδίκτυο όπου για προϊόντα, πρώτη επιλογή είναι η Amazon.

Στα επόμενα slides βλέπουμε τι πληροφορίες μπορούμε να συλλέξουμε στις 2 πρώτες αναζητήσεις με **search words "bicycle anti theft» και «bicycle antitheft devices".**

The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "Amazon Bicycle anti theft". Below the search bar, there are navigation tabs for "Όλα", "Εικόνες", "Αγορές", and "Εργαλεία". The search results show approximately 6,980,000 results. A dropdown menu is open, displaying suggestions for related search terms. The suggestions are: theft alarm, theft gps, theft backpack, theft tracker, theft backpacks, theft device, theft bag, theft wheel nuts, theft lock, and theft gps tracking device. The search results also include product listings for an eBay wireless anti-theft motorcycle device, a Hexlox Bike Security Pedal Lock, and an OTTOLOCK Hexband Cinch.

Google

Amazon Bicycle anti theft

Όλα Εικόνες Αγορές Εργαλεία

Περίπου 6.980.000 αποτελέσματα (0,63 δευτ.)

Διαφημ. - Αγορά Amazon Bicycle

- eBay - 113db wireless anti-theft motorcycle
- Hexlox Bike Security - Bike Pedal Lock - ...
- ottolock.de - OTTOLOCK Hexband Cinch

theft alarm

theft gps

theft backpack

theft tracker

theft backpacks

theft device

theft bag

theft wheel nuts

theft lock

theft gps tracking device

- Department**
- Cycling Accessories
 - Bike Chain Locks
 - Bike U-Locks
 - Bike Taillights
 - Bike Cable Locks
 - Antitheft Alarm Systems
 - Powersports Alarms & Anti-Theft
 - Bike Chain Guards
 - [See All 11 Departments](#)

- Customer Reviews**
- & Up
 - & Up
 - & Up
 - & Up

- Brand**
- Kryptonite
 - Master Lock

Price and other details may vary based on product size and color.



Sponsored

Master Lock 8170D U-Lock Bike Lock with Key, 1 Pack , 6-1/8 in. Wide , Black



Sponsored

ONG: 8001 BRUTE STD U-LOCK 4.37"x7.96" W/X4 LOCK

> 228



Sponsored

OnGuard Bulldog DT U-Lock with 4-Foot Cinch Loop Cable (Black, 4.53 x 9.06-Inch)



Sponsored

OnGuard 8019L Mastiff 6' x 3/8" Quad Chain Lock

> 112

Sports & Outdoor Price

- Up to \$25
- \$25 to \$50
- \$50 to \$100
- \$100 to \$200
- \$200 & above

Packaging Option

- Frustration-Free Packaging

Amazon Global Store

- Amazon Global Store

Condition

- New
- Used

Availability

- Include Out of Stock

5% off coupon

★★★★☆ ~ 1,688

\$15⁷⁹

Ships to Greece



Master Lock 8170D U-Lock Bike Lock with Key, 1 Pack , 6-1/8 in. Wide , Black

★★★★☆ ~ 1,688

\$15⁷⁹

\$51⁹⁹ (\$27.36/kg) ~~\$74.95~~

Ships to Greece



Seatylock Mason Bike U Lock - Patented Heavy Duty Anti Theft Diamond Secure ULock - Ultra Security Bicycle Safety Tool with...

★★★★☆ ~ 249

★★★★☆ ~ 588

\$34⁵² (\$2.16/oz) ~~\$44.95~~

Ships to Greece



FISHOAKY Bike Lock Combination 5 Digit, Heavy Duty Security Anti-Theft Bicycle Chain Lock with Reflective Strips,...

★★★★☆ ~ 41

\$89⁴⁷ (\$0.53/oz) ~~\$124.95~~

Ships to Greece

Only 14 left in stock (more on the way).



NDakter Folding Bike Lock, Bicycle Foldable Chain Lock, Bike Burger Locks Heavy Duty Anti Theft, High Security Alloy Steel...

★★★★☆ ~ 239

<https://www.amazon.com> > ... ▼ Μετάφραση αυτής της σελίδας

bike anti theft gps - Amazon.com

Results 1 - 16 of 748 — TKSTAR GPS Tracker for Vehicles 3G Car Tracker **Device**
Hidden Magnet Real-time Anti-Theft GPS Locator with Electric Fence **Alarm** for Car/ ...



<https://www.amazon.com> > ... ▼ Μετάφραση αυτής της σελίδας

Best Sellers in Powersports Alarms & Anti-Theft - Amazon.com



Best Sellers in Powersports Alarms & Anti-Theft · #1. YOHOOLYO **Alarm** Disc Lock **Motorcycle**
Disc Brake Lock Anti-Theft Waterproof 110 dB 7mm Pin · #2. Tchipie ...

<https://www.amazon.com> > ... ▼ Μετάφραση αυτής της σελίδας

alarms for bicycles - Amazon.com



Business Model Canvas for Bicycle anti theft device



Όλα

Εικόνες

Βίντεο

Αγορές

Ειδήσεις

Περισσότερα

Εργαλεία

Περίπου 9.320.000 αποτελέσματα (0,66 δευτερόλεπτα)

Εικόνες για Business Model Canvas for Bicycle anti theft de...



Σχόλια



Προβολή όλων

<https://mobilsite.files.wordpress.com/2017/11/> PDF

BUSINESS PLAN - WordPress.com

Business Model The GPS tracking **device** will be put in the **bike's** frame. ... Track-Cycle offers an **anti theft system** aimed for high price **bicycles** like ...

20 σελίδες

Table of Contents

1. Executive Summary	1
2. Product and Service	1
3. Entrepreneurial Team	5
4. Marketing & Competition	6
5. Marketing & Distribution.....	7
6. Business Model	8
Appendix	9
A. Alarm's Modes:	9
B. Price List of Expensive Bikes (e-bikes, mountain bikes.....)	9
C. App Prototype	10
D. Business Model Canvas.....	14
E. Hypothesis	16
F. Bicycle Market Size in Germany. With Percentage Distribution by Type of Bike	17

D. Business Model Canvas

1. Key partners

- GPS manufacturers
- Maps providers
- Lock manufacturers
- Police
- Website engineer
- App engineer
- Selling logistics (delivery)
- Marketing
- Municipalities/NGO's pro bike

2. Key activities

- Device production
- Delivery to distribution centers (e.g. bike s
- App development/maintenance
- Marketing

3. Value Propositions

- Products & Services
 - Bicycle security
 - Easy to track it in case of robbery
 - It is only the device (but supposes the bi
 - Direct connection with the police office
- Gain Creators
 - Safety feeling
 - make the costumer Feel special
 - Belong to a community of cyclist enthusi
 - How to repair
 - Tools offers
 - Get useful information
 - Foster cycling
 - ITS device for Bicycle
- Pain relievers
 - Relief in case their bike is stolen

4. Customer relationships

- the app and its private users community
 - location/ offers / events / contests / Prize
- users performance (calories, cumulated, km, sp
- members card (making people feel/look special

5. Customer segment

- Expensive bicycle owners
- Bike share operators
- Manufacturers

6. Channels

- Bike manufacturers may include it already
- Bicycle shop
- Tool shops
- Online shops
- Our website
- Include in prizes of bike events (competitio

7. Key resources

- Employees
- GPS
- Hardware and programming
- Internet

8. Cost structure

- GPS elements
- Lock
- Personnel
- Website
- Google (map's service)

9. Revenue streams

- Purchases
- Promotion of shops
- Lock sells

D. Business Model Canvas

1. Key partners

- GPS manufacturers
- Maps providers
- Lock manufacturers
- Police
- Website engineer
- App engineer
- Selling logistics (delivery)
- Marketing
- Municipalities/NGO's pro bike

2. Key activities

- Device production
- Delivery to distribution centers (e.g. bike s
- App development/maintenance
- Marketing

3. Value Propositions

- Products & Services
 - Bicycle security
 - Easy to track it in case of robbery
 - It is only the device (but supposes the bi
 - Direct connection with the police office
- Gain Creators
 - Safety feeling
 - make the costumer Feel special
 - Belong to a community of cyclist enthusi
 - How to repair
 - Tools offers
 - Get useful information
 - Foster cycling
 - ITS device for Bicycle
- Pain relievers
 - Relief in case their bike is stolen

4. Customer relationships

- the app and its private users community
 - location/ offers / events / contests / Prize
- users performance (calories, cumulated, km, sp
- members card (making people feel/look special

5. Customer segment

- Expensive bicycle owners
- Bike share operators
- Manufacturers

6. Channels

- Bike manufacturers may include it already
- Bicycle shop
- Tool shops
- Online shops
- Our website
- Include in prizes of bike events (competitio

7. Key resources

- Employees
- GPS
- Hardware and programming
- Internet

8. Cost structure

- GPS elements
- Lock
- Personnel
- Website
- Google (map's service)

9. Revenue streams

- Purchases
- Promotion of shops
- Lock sells

Τα πάντα, δηλαδήπαπάδες



Έρευνα με προσωπικές συνεντεύξεις στην αγορά

Στην συνέχεια κάνετε ένα ...leg research,
δηλαδή προσωπικές επισκέψεις στην αγορά, όπου **μιλάτε με :**
καταστηματάρχες bike shops, αντιπρόσωπους , εισαγωγείς κλπ.



Αξιολογείτε λοιπόν τα ευρήματα και κατασκευάζετε και ένα δείγμα. Είσαστε έτοιμος για αυτό που ονομάσαμε Ποιοτική Έρευνα με focus groups . Και τα κύρια θέματα που θα πρέπει να διερευνηθούν είναι:

- **Η θέση και στάση τους απέναντι στην αύξηση των κρουσμάτων κλοπής ποδηλάτων,**
- **Αν έχουν ποτέ χρησιμοποιήσει κάποιας μορφής αντικλεπτικό μηχανισμό.**
- **Αν ναι, κατά πόσον τους έλυσε το πρόβλημα.**
- **Τον βαθμό ικανοποίησης κλπ.**

Στην συνέχεια τους δείχνετε το δείγμα προς αξιολόγηση και **καταγράφετε τις αντιδράσεις τους σχετικά**

- **με την ευκολία χρήσης του,**
- **παρεχόμενη ασφάλεια,**
- **κατά πόσο θα το αγόραζαν,**
- **αν θα το πρότειναν σε ένα φίλο τους,**
- **αν θα το αγόραζαν για δώρο κλπ.**

Η διαδικασία των focus Groups θυμίζει Brain storming.

Δεδομένου ότι οι Startups συχνά δεν έχουν γραφεία, ιδανικό μέρος για συναντήσεις με μεμονωμένους ποδηλάτες ή focus Groups, θα ήταν σημεία όπου συχνάζουν ποδηλάτες

όπως το **Coffee Bike Café, Λεωφ. Μαραθώνος στο Πικέρμι.**



Καλύψαμε λοιπόν το διερευνητικό μέρος και πάμε για το ποσοτικό προκειμένου να επιβεβαιώσουμε την πληροφόρηση από τις προσωπικές συνεντεύξεις και τα Focus Groups.

Τα ερωτηματολόγια μπορούν να «διανεμηθούν» μέσω:

- **Τηλεφώνου**
- **Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου (Mail)**
- **Παραδοσιακού Ταχυδρομείου (Email)**
- **Μέσω του Website σας**
- **Από τα Social Media ή**
- **Μέσω Do-It-Yourself Platform (Τύπου Pollfish, Survey Monkey κλπ.)**

Η έρευνά σας θα πρέπει να είναι:

- **Σύντομη, απλή και ευανάγνωστη και κατανοητή,**
- **Με σωστή, σοβαρή ή και συναισθηματική σύντομη εισαγωγή που κινητοποιεί σε συμμετοχή,**
- **Με λογικές απαντητικές κλίμακες,**
- **Με μετάβαση από γενικές σε συγκεκριμένες ερωτήσεις**
- **Πάντα στον πληθυντικό**
- **Με ευχαριστήριο μήνυμα πριν το submit**
- **Να ολοκληρώνεται εντός ημερών και όχι εβδομάδων**
- **Να συμπεριλαμβάνουν σχόλια από ένα στοχευμένο σύνολο συμμετεχόντων**

Τα ποσοτικά κλειστά ερωτηματολόγια διαφέρουν σημαντικά.
Εκτός από τις απλές κλειστές ερωτήσεις τύπου

Ναι – Όχι

Σωστό – Λάθος

Multiple choice με μία επιλογή ή

Multiple choice πολλαπλών επιλογών

Υπάρχουν και οι κλειστές ερωτήσεις όπως οι **τύπου Matrix και κλίμακας Likert**, που μας επιτρέπουν απαντήσεις πολλαπλής επιλογής που εμφανίζονται σε ένα πλέγμα γραμμών και στηλών, όπως βλέπουμε στην συνέχεια.

Matrix είναι μια ομάδα ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής που εμφανίζονται σε ένα **πλέγμα γραμμών και στηλών**. Οι σειρές παρουσιάζουν τις ερωτήσεις στους ερωτηθέντες και οι στήλες προσφέρουν ένα σύνολο προκαθορισμένων επιλογών απαντήσεων που ισχύουν για κάθε ερώτηση στη σειρά.

	Columns			
Rows	Answer option 1	Answer option 2	Answer option 3	Answer option 4
Question 1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Question 2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Question 3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Question 4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

A blank template of a matrix question.

Q: Please choose how satisfied you were with your flight experience.

	Very satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Very dissatisfied
In-flight service	✓				
Onboard entertainment				✓	
Wifi connectivity			✓		
Meal options		✓			

Πηγή: <https://resources.pollfish.com/market-research/rating-scales-and-likert-scales/>

- Τα είδη ερωτήσεων που χρησιμοποιεί η Pollfish στα ερωτηματολόγια της είναι τα εξής:
- **Single selection**
- **Multiple selection**
- **Open ended**
- **Numeric open ended**
- **Description**
- **Rating Stars**
- **Slider Ranking**
- **Matrix single selection**
- **Matrix Multiple selection**
- **Net Promoter Score (NPS)**

Πηγή:<https://www.pollfish.com/questionnaire/>

Question type

Single selection

A user can select one answer from several options

What kind of music do you like?

• Select one

Jazz

Rock



Pop

Question type

Multiple selection

A user can select many answers from several options

What kind of music do you like?

● Select all that apply

Jazz



Rock



Pop

Πηγή:<https://www.pollfish.com/questionnaire/>

Question type

Open ended

Users submit their own answers

What kind of music do you like?

- Please write in the box

Submit

Question type

Numeric open ended

Users' answers are in numeric values

How much money would you pay for that service?

- Please enter a numeric value

Submit

Question type

Numeric open ended

Users' answers are in numeric values

How much money would you pay for that service?

- Please enter a numeric value

Submit

Question type

Description

Add a plain description to inform users about something

Description

We're a new company looking to learn more about how people prefer to travel.

When answering the survey questions, think about the last time you booked travel online.

OK

Question type

Rating stars

User can tap stars to rate

How important is warranty to you when buying online?

- Tap stars to rate



Question type
Slider

User can drag a button to rate

How would you rate your knowledge of world geography?

- Drag button to rate



Question type Ranking

User can tap buttons to rank the answers

Please rank the following ice cream flavors

- Tap buttons to rank

Chocolate

1

2

3

Vanilla

1

2

3

Strawberry

1

2

3

Question type

Matrix single selection

Users tap to enter a single answer in each category

What do you think of each of these flavors?

	YUM	OK	NO WAY
Chocolate	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vanilla	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Strawberry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Question type

Matrix Multiple selection

Users tap to enter multiple answers in each category

What do you think of each of these flavors?

	YUM	OK	NO WAY
Chocolate	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vanilla	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strawberry	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Question type

Net Promoter Score (NPS)

Users tap to enter NPS value

How likely is it that you would recommend this company to a friend or colleague?

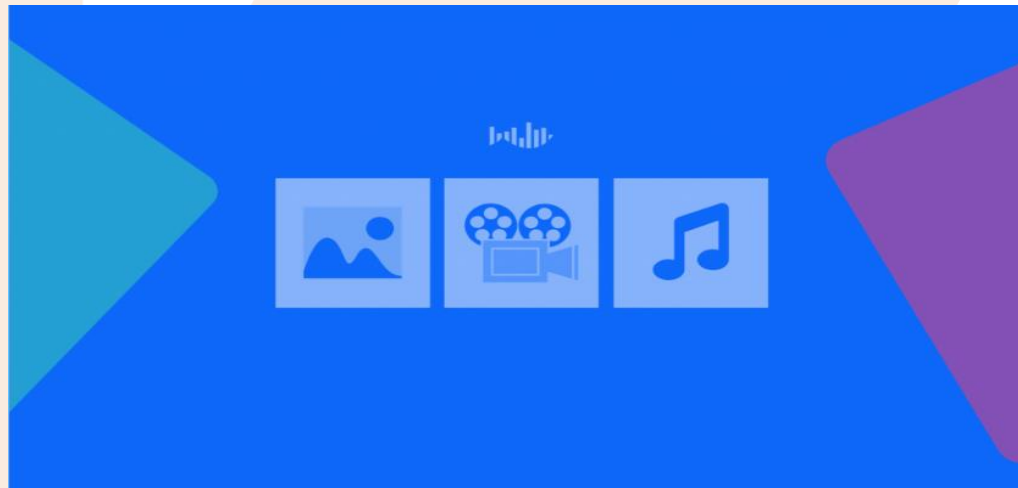
• Tap to rate

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

NOT AT ALL LIKELY

EXTREMELY LIKELY

Surveys που υποστηρίζουν την χρήση Video, Εικόνας και Ηχου προσφέρουν αποτελεσματικότερους τρόπους για να συγκεντρώσετε περισσότερα ποιοτικά σχόλια, όπως συναισθηματικές αντιδράσεις/απαντήσεις σε μια διαφήμιση ή μια ιδέα/concept, και ειδικά σε έρευνες Minimum Viable Product (MVP).



Μπορείτε να τα προσθέσετε σε οποιονδήποτε από τους τύπους ερωτήσεων ή να συμπεριλάβετε εικόνες στις επιλογές απαντήσεων ώστε ο ερωτώμενος να επιλέξει μια οπτική απάντηση.

Σκοπός να διερευνηθεί πόσο επηρεάζει η χρήση του ενός ή του άλλου λειτουργικού την άποψη των χρηστών για αυτό .

Θα υπάρξουν δυο ομάδες .

Ομάδα I χρήστες IOS Και Ομάδα II χρήστες Android .

Σαν ομάδα θα απαντήσουν τις ερωτήσεις που ακολουθούν .

1ο Βασικές Έννοιες

Ορισμός, χρησιμότητα, Είδη έρευνας, Απλές vs Σύνθετες Έρευνες, Παραδείγματα

2ο Εφαρμογή σε Startup

Βασικά στάδια έρευνας, Υποθετικό παράδειγμα Early Stage Startup, Τύποι ερωτήσεων, DIY Research/μεθοδολογία.

Παράδειγμα Διαδικτυακής έρευνας,

3ο Παραδείγματα & Εργαλεία DIY

Retirement Communities Research Study, Πλεονεκτήματα DIY, Ενδεικτική διαδικασία, Κόστος.

- Το παράδειγμα έρευνας που ακολουθεί, έγινε το 2016 από το ΚΕΜΕΛ με δωρεάν χρήση της πλατφόρμας Pollfish.
- Αποτελεί μέρος μιας αρχικής μελέτης και αξιολόγησης της προοπτικής της χώρας μας να εκμεταλλευτεί τα αναμφισβήτητα προσόντα και δυνατά σημεία της, ώστε με λίγη κοινή λογική, άρση των γραφειοκρατικών εμποδίων και πελατοκεντρικό δημιουργικό marketing, να μπορέσει σε σύντομο χρονικό διάστημα να αποκτήσει νέες πηγές σημαντικών εσόδων και θέσεων εργασίας, μέσω της δημιουργίας κοινοτήτων συνταξιούχων κυρίως από τις βόρειες χώρες, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας, για μόνιμη ή χειμερινή εγκατάσταση.

- Παράλληλα είναι ένα παράδειγμα mobile friendly DIY Research, δεδομένου ότι έγινε μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας της Pollfish, της ελληνικής startup που έγινε γνωστή και στην Ελλάδα αφού πέτυχε στην αγορά των ΗΠΑ.
- Πρόσφατα η Pollfish αγοράστηκε από την Prodege, μια Αμερικανική online marketing, consumer polling, and market research company, και φημολογείται ότι το ποσό εξαγοράς ήταν μεταξύ 75 και 85 εκ.US\$.

Η πρώτη φάση της μελέτης αφορά στην αρχική ανάπτυξη και αποτύπωση εναλλακτικών, κατά το δυνατόν καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων, με την χρήση του Business Model Canvas.

Αν κρίνουμε από τα ...Retirement Apartments στην Μάλαγα της Ισπανίας, σίγουρα έχουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα



Στην συνέχεια και προκειμένου να επιβεβαιώσουμε τις όποιες αρχικές παραδοχές μας, διενεργήσαμε ποσοτική έρευνα (προσφορά Mobile Research της Pollfish) σε 10 χώρες (Αμερική, Καναδά, Ρωσία, Γερμανία, Ολλανδία, Φινλανδία, Σουηδία, Νορβηγία, Αυστρία και Δανία).

Στόχος ήταν να εντοπίσουμε συχνότητα επίσκεψης, ταξιδιωτικές συνήθειες, βαθμό ικανοποίησης από την εμπειρία τους στην Ελλάδα, παράγοντες που επιδρούν στην επιλογή της Νότιας Ευρώπης ως προορισμό για μόνιμη χειμερινή κατοίκηση, χώρες που θα επέλεγαν, αξιολόγηση εναλλακτικών καινοτόμων ιδεών/concepts κλπ.



Ακολουθεί χαρακτηριστικό μέρος του ερωτηματολογίου, του τρόπου παρουσίασης των αποτελεσμάτων στην οθόνη και της ανάλυσης μιας εκ των ερωτήσεων της έρευνας.

Q7.How would you rate your overall satisfaction from your vacation experience in Greece?

Q8.If you were to select a winter or permanent retirement destination in Southern Europe, which would be your top 3 choices? (Italy, Spain, Portugal, Turkey, Croatia, Boulgaria)

Q7 How would you rate your overall satisfaction from your vacation experience in Greece?

Response	Percent	Count
<input type="checkbox"/> 5 (Excellent)	21.47%	120
<input checked="" type="checkbox"/> 4 (Very Good)	47.94%	268
<input type="checkbox"/> 3 (Reasonable)	20.75%	116
<input type="checkbox"/> 2 (Below Expectations)	5.01%	28
<input type="checkbox"/> 1 (Disappointing)	4.83%	27
Total unique respondents		559

Q8 If you were to select a winter or permanent retirement destination in Southern Europe, which would be your top 3 choices?

Response	Percent	Count
<input type="checkbox"/> Bulgaria	3.88%	117
<input type="checkbox"/> Croatia	6.73%	203
<input type="checkbox"/> Greece	15.04%	454
<input type="checkbox"/> Italy	21.21%	640
<input type="checkbox"/> Portugal	14.05%	424
<input checked="" type="checkbox"/> Spain	24.22%	731
<input type="checkbox"/> Turkey	4.87%	145
<input type="checkbox"/> Other	10.01%	300

Q12. Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting? (check all that apply).

Respond on a scale from 1 to 5, with 5 being very interesting

Q12 Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting? (check all that apply)

Response	Percent	Count
<input type="checkbox"/> Possibility of sub rental (if contract per year) for extra income	15.92%	250
<input type="checkbox"/> Cultivating own organic food	12.74%	200
<input type="checkbox"/> Taking cooking lessons	12.48%	196
<input type="checkbox"/> Autonomous second room with WC for visiting friends or relatives	20.38%	320
<input type="checkbox"/> "Swapping" places with retirees in other locations/countries	11.66%	183
<input type="checkbox"/> Creating a Retirement Community Village (i.e. in Crete), where large multinational organizations, may send their loyal employees for a paid vacation free of charge, as a retirement bonus	11.27%	177
<input type="checkbox"/> Being among peers engaged in same hobbies i.e. Golf, Bridge playing, Trekking etc...	15.54%	244
Total unique respondents		1006

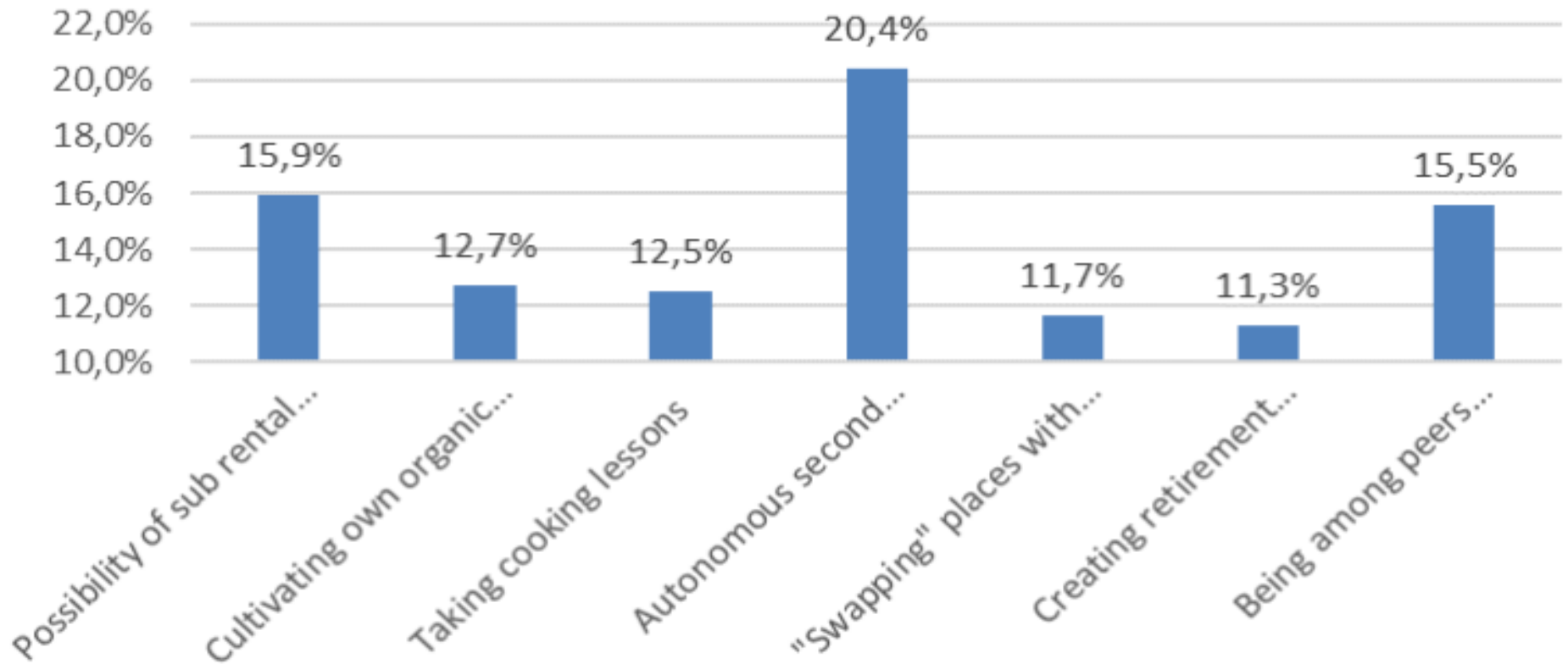
Q13 Gender:

Response	Percent	Count
<input type="checkbox"/> Male	45.83%	461
<input type="checkbox"/> Female	54.17%	545
Total unique respondents		1006

- Possibility of sub-rental (if contract per year) for extra income
- Cultivating own organic food
- Taking cooking lessons
- Autonomous second room with WC for visiting friends or relatives
- "Swapping" places with retirees in other locations /countries)
- Creating a Retirement Community Village (i.e. in Crete), where large multinational organizations may send their loyal employees for a paid vacation free of charge, as a retirement bonus
- Being among peers engaged in same hobbies i.e. Golf, Bridge playing, Trekking etc...

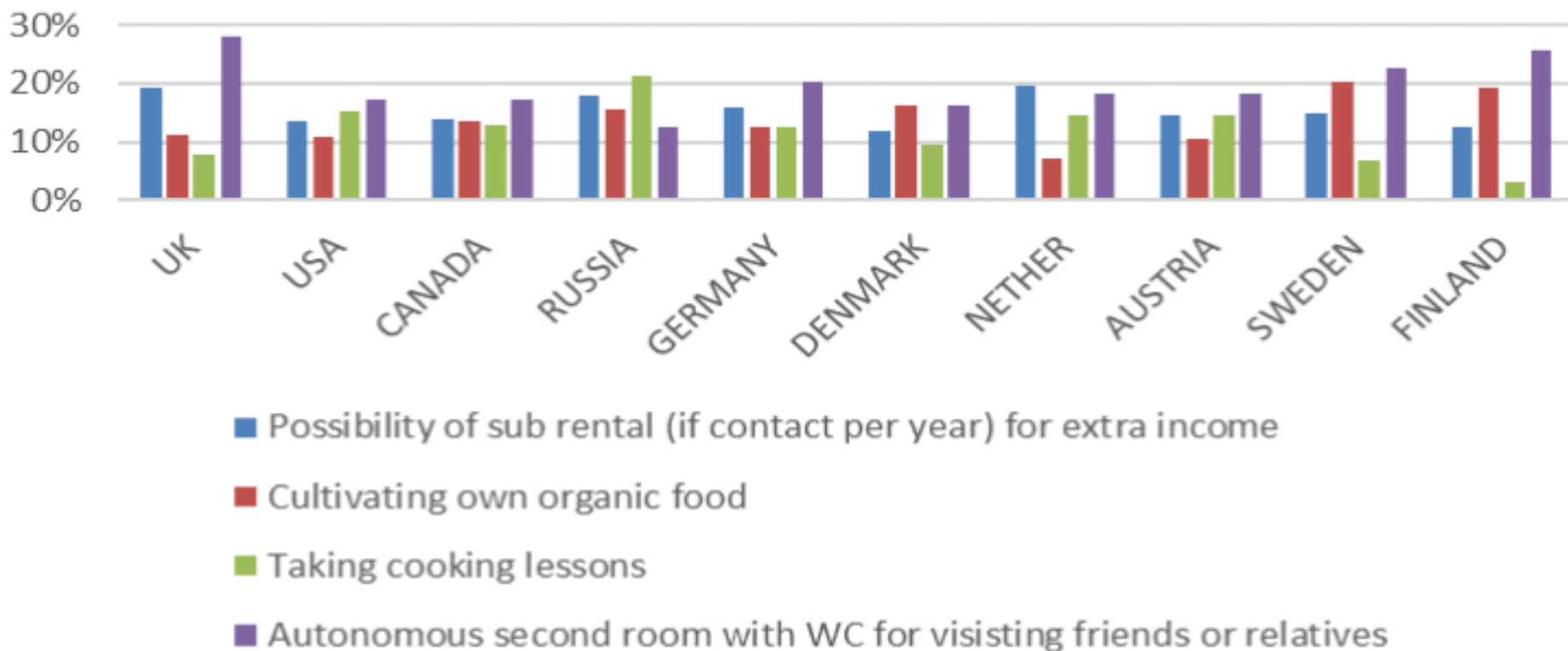
Q12. Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting?

Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting?



Q12. Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting? By Country

Which of the following retiree ideas/concepts do you find most interesting?



Θα δούμε στην συνέχεια πως το **Survey Monkey** χρησιμοποιεί την λογική του Image & Attitude Survey δημιουργώντας ένα πρότυπο questionnaire template με βάση το Conversion Funnel.

Οι μετρήσεις περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, την πρόσφατη αγορά στην κατηγορία προϊόντων/υπηρεσιών, την αβοήθητη και βοηθούμενη Γνωριμία Μαρκών , Brand Familiarity, Opinion about our brand, Next purchase consideration, Brand purchase intention κλπ.

Το Template/ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 8 κλειστές και 2 ανοικτές ερωτήσεις.

Πηγή: <https://www.surveymonkey.com/mp/brand-conversion-survey-template/>

Brand Conversion Template

1. When was the last time you used this product category?

- In the last week
- In the last month
- In the last 3 months
- In the last 6 months
- In the last 12 months
- More than 12 months ago
- Never

2. When you think of this product type, what brands come to mind?

3. Which of the following brands have you heard of? (Select all that apply)

Your Brand

Competitor 1

Competitor 3

Competitor 2

Competitor 4

4. Which of the following brands have you used in the past? (Select all that apply)

Competitor 4

Competitor 1

Competitor 2

Your Brand

Competitor 3

5. How familiar are you with our brand?

- Extremely familiar
- Very familiar
- Somewhat familiar
- Not so familiar
- Not at all familiar

6. How would you describe your overall opinion of our brand?

- Extremely favorable
- Very favorable
- Somewhat favorable
- Not so favorable
- Not at all favorable
- I have not heard of this brand

7. Which of the following brands would you consider for your next purchase? Select all that apply.

Your Brand

Competitor 3

Competitor 1

Competitor 4

Competitor 2

8. Which of the following brands would be your top choice for your next purchase?

Your Brand

Competitor 3

Competitor 1

Competitor 4

Competitor 2

9. Why did you select that brand as your top choice?



10. How likely would you be to switch from your top choice brand to another brand?

Extremely likely

Not so likely

Very likely

Not at all likely

Somewhat likely

Αυτό το είδος της έρευνας παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα στις Startups και είναι:

- Η δυνατότητα χρήσης visual stimuli όπως εικόνα/ήχο/video.
- Το χαμηλό κόστος σε σχέση με τις συμβατικές έρευνες.
- Η ταχύτητα ολοκλήρωσης της έρευνας.
- Η εύκολη DIY (Do It Yourself) διαδικασία.
- Ο τρόπος παρουσίασης των αποτελεσμάτων
- Η δυνατότητα data export για περαιτέρω ανάλυση (Pdf, Word, Excel).
- Η στόχευση σε συγκεκριμένη περιοχή.(ιδανική για AB Testing).

Κάτι που την καθιστά ιδανική για concept validation, MVP, πρόθεση αγοράς κλπ.

Ταιριάζει απόλυτα με την λογική του **Lean Startup** (Agile Methodology)

Τα Online Surveys εξυπηρετούν κυρίως B2C, αλλά και B2B Startups, όπου η γνώση για αναμενόμενη συμπεριφορά δυνητικών πελατών, μπορεί να «διευκολύνει» στην επιλογή, αποδοχή και τους όρους συνεργασίας με πιθανούς ενδιάμεσους .

Επίσης αν τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν υψηλές αναμενόμενες πωλήσεις, υψηλό Customer Lifetime Value (Διαχρονική Αξία του Πελάτη) και προβλέπουμε χαμηλό Customer Acquisition Cost (κόστος απόκτησης), τότε είναι ευκολότερο να βρούμε early-stage seed capital.

Ας δούμε την διαδικασία «παραγωγής» μιας τέτοιας έρευνας χρησιμοποιώντας την πλατφόρμα της Ελληνικής Startup Pollfish.

- Επισκεπτόμαστε την ιστοσελίδα.**
- Δίνουμε email και κάνουμε εγγραφή.**
- Δημιουργούμε το ερωτηματολόγιο με βάση και τα παραδείγματα που είδαμε.**
- Δίνουμε το ερωτηματολόγιο για έλεγχο**
- Αναφέρουμε τα ζητούμενα «φίλτρα» αν υπάρχουν.**
- Αν χρειαστεί επικοινωνούμε με το τμήμα customer service.**
- Ενημερωνόμαστε για την έγκριση και το κόστος.**
- Πληρώνουμε καιείμαστε έτοιμοι.**

Το βασικό κόστος της έρευνας είναι 1\$ ανά ερωτώμενο. Αλλά υπάρχουν και εφαρμογές με χαμηλότερο κόστος ή μέχρι XXX ερωτηματολόγια δωρεάν.

Οι δημοσκοπήσεις **LinkedIn Polls** είναι συνδυασμός εμπλοκής δυνητικών πελατών (**customer engagement**) και **Έρευνας Marketing**.

Σας επιτρέπει να συλλέξετε χρήσιμες πληροφορίες από τα **connections** που έχετε δημιουργήσει, όπως αγοραστικές συνήθειες, ενδιαφέροντα, χόμπι, απόψεις για τάσεις, new product concepts, μέτρηση ικανοποίησης πελατών και πολλά άλλα.

Η απλή διεπαφή (**interface**) και μορφή πολλαπλών επιλογών (**multiple choice format**) σας επιτρέπει τη γρήγορη και εύκολη δημιουργία, διανομή και ανάλυση των δεδομένων.

Create LinkedIn Polls





LinkedIn Help ▾

How can we help?

You can create a poll from [LinkedIn's homepage](#). If you're an Admin of a [LinkedIn Page](#) or a [LinkedIn Group](#) you can create a poll directly from the Page or group's homepage.

To create a poll from your homepage:

1. Click  **Start a post**.
2. Click **Create a poll**.
3. In the **Create a poll** window, type your question and fill in the options.
 - There is a minimum of two options and a maximum of four options on a poll.
 - Click **+Add option** to add another option.
4. Select the **Poll duration** from the dropdown.
 - The default duration is one week.
5. Click **Next**.
6. Click the  **Edit** icon to edit the post.
 - Select who you want to [share the poll with](#).
7. You can add more to the post in the **What do you want to talk about?** field (optional).
8. Click **Post**.



Σας ευχαριστούμε για την προσοχή σας!

www.kemel.gr

 <https://www.facebook.com/kemel.gr>

Email: info@kemel.gr