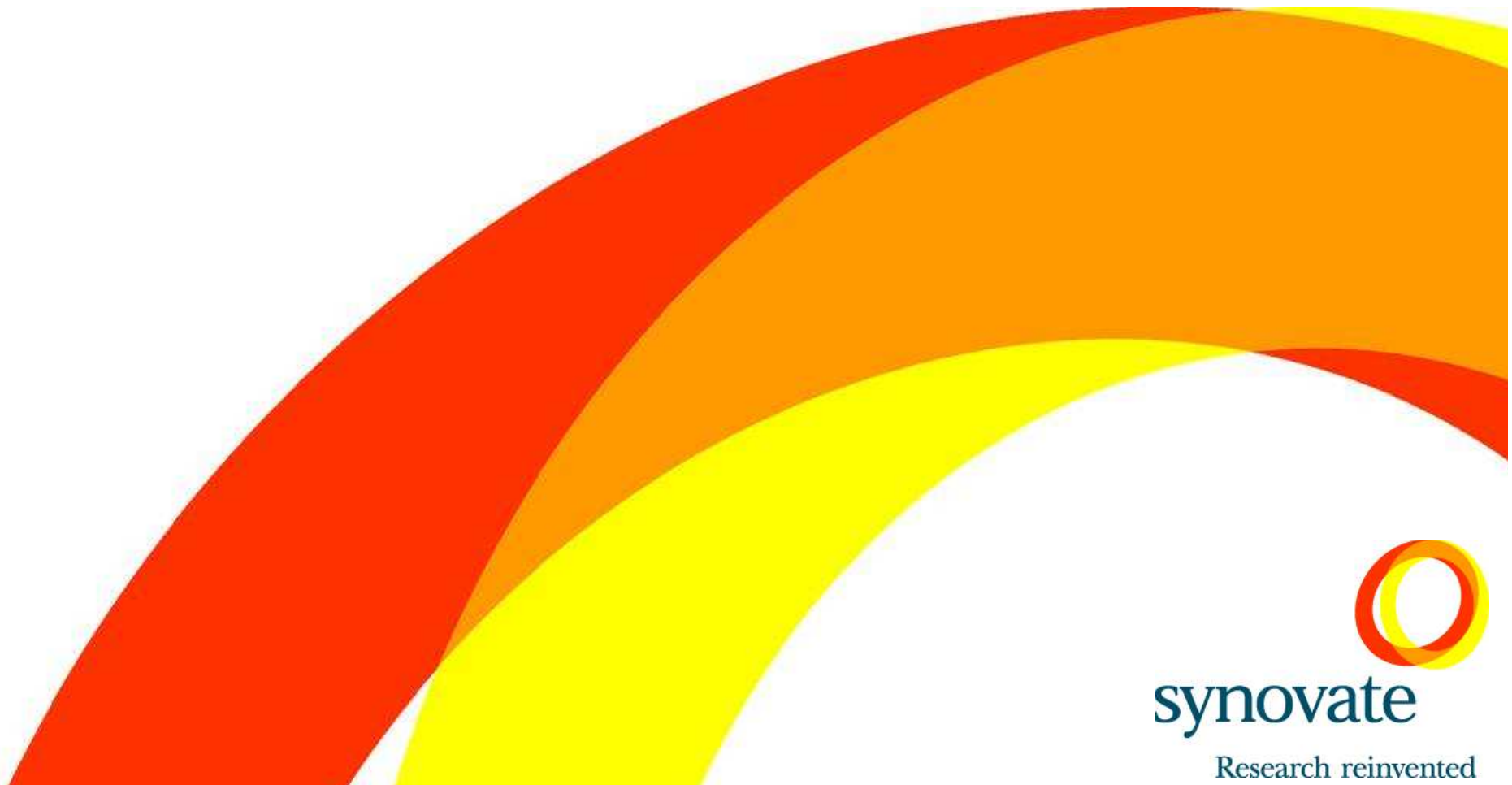


ETNOGRAFIE

KONFERENCE MARKETING TREND

PRAHA, 17.5. 2007



Co je etnografie



Metodologie vyvinutá antropology pro
studium neznámých kultur



ETNOGRAFIE
ve spotřebitelském výzkumu ...

... se nesoustředí na etnické skupiny,
ale na spotřebitelské segmenty



Kontext reálných situací

Porozumění spotřebitelskému chování v autentických situacích



✓ ... když spotřebitelé nakupují v obchodech a užívají služeb na pobočkách



✓ ... když používají výrobky a služby v domácnosti, v soukromí



✓ ... ve všech prostředích, kde se běžně pohybují, kde žijí, pracují, kde se setkávají s ostatními nebo kde tráví volný čas



→ KONTEXT SKUTEČNÉHO ŽIVOTA

Jak se dělá etnografie



Nejčastěji používané metody

- ✓ Video
- ✓ Audio
- ✓ Fotodokumentace
- ✓ Poznámky



- ✓ **Kombinace výzkumných metod:** IDIs, FGDs, deníčky, workshopy, sekundární analýza: domácí archiv, rodinné video, účtenky, apod.

Využití etnografie

- Vývoj a testování výrobku
- Strategické plánování a positioning značek
- Objevování potencionálních příležitostí na trhu
- Segmentace spotřebitelů
- Vytváření reklamy
- Design a uspořádání retailového prostředí
- Zachycení vznikajících spotřebitelských trendů
- Firemní management



Etnografická případová studie: Snídaně ve východní Evropě



Česká republika, Maďarsko, Polsko, Ukrajina, Rusko

Breakfast in the Czech Republic

this is how we like it

Snídaně



„Wii would like to play“

- ✓ Studie zaměřená na novou domácí video hru Wii
- ✓ Synovate Hong Kong
- ✓ Návštěvy v pěti domácnostech, FGDs, On-line Diskuse
 - ✓ Jak se Wii používá?
 - ✓ Co znamená v životě lidí?

Wii.
Nintendo







„Day in the Life of a Cable TV Viewer“

- ✓ Etnografická studie pro kabelovou televizi
- ✓ Synovate Asia
- ✓ Hong Kong, Singapur, Kuala Lumpur, Bangkok = 16 rodin
 - ✓ Jak se lidé dívají na TV?
 - ✓ Co všechno při tom dělají?
 - ✓ Jaké role hrají?





synovate

Research reinvented



synovate

Research reinvented

DĚKUJEME

Curiosity in action.

