



Insights For Action

Τα Μέλη του ΣΕΔΕΑ μοιράζονται απόψεις, γνώσεις και τάσεις γύρω από τον χώρο των ερευνών.

Σοφία Σκλάβου,
Executive Partner, DataPower AE

Υπάρχει πρόβλεψη χωρίς ερώτηση;

Μπορούμε να καταλάβουμε χωρίς να ρωτήσουμε; Η παραδοσιακή ερώτηση του ερευνητή – «Πες μου τι σκέφτεσαι;» – μπορεί να μοιάζει ξεπερασμένη σε έναν κόσμο κυριαρχούμενο από δεδομένα. Όμως παραμένει θεμέλιο της ουσιαστικής κατανόησης. Στην εποχή της τεχνητής νοημοσύνης, των predictive αλγορίθμων και της real-time συμπεριφορικής ανάλυσης, μπορούμε συχνά να προβλέψουμε στάσεις και συμπεριφορές χωρίς να κάνουμε ευθείες ερωτήσεις – αν και αυτό δεν ισχύει πάντα. Η τεχνολογία προσφέρει ταχύτητα και ακρίβεια, αλλά τι χάνουμε όταν σταματάμε να ρωτάμε; Τη φωνή του ίδιου του καταναλωτή.

Τι γίνεται όταν δεν υπάρχει προηγούμενο; Το ζήτημα γίνεται ακόμα πιο σύνθετο όταν πρόκειται για κάτι καινούργιο: μια καινοτομία, μια υπηρεσία, μια ιδέα που δεν έχει υπάρξει ξανά. Η ανθρώπινη συμπεριφορά δεν υπακούει πάντα σε προβλέψιμα μοτίβα. Αν μπορούσαμε να προβλέψουμε τα πάντα, τότε όλες οι επιχειρήσεις θα ήταν επιτυχημένες και όλα τα προϊόντα θα πουλούσαν. Δεν είναι όμως αυτή η πραγματικότητα. Και ευτυχώς. Γιατί εκεί βρίσκεται ο χώρος της δημιουργίας, του ρίσκου, της αυθεντικής σύνδεσης με τον άνθρωπο. Η έρευνα ήταν πάντα ένας μηχανισμός δημοκρατικής συμμετοχής – έδινε φωνή στον πολίτη, στον καταναλωτή, στον άνθρωπο. Αν χαθεί αυτό, τι απομένει;

Ποια είναι η πραγματική πρόκληση για την έρευνα; Αν η έρευνα αγοράς περιοριστεί σε έναν «σιωπηλό» μηχανισμό πρόβλεψης, κινδυνεύει να χάσει τον πυρήνα της: τη διαφάνεια, τη συγκατάθεση, την εμπιστοσύνη. Το πραγματικό στοίχημα δεν είναι η αυτοματοποίηση· είναι η ισορροπία. Να δίνουμε χώρο στην τεχνολογία, χωρίς να χάνουμε τη φωνή του καταναλωτή. Η καινοτομία δεν είναι η κατάργηση της ερώτησης – είναι η ανανέωσή της. Το μέλλον της έρευνας δεν είναι σιωπηλό – είναι διαδραστικό, συμμετοχικό, στοχαστικό. Θα συνεχίσουμε να ακούμε τους ανθρώπους, όχι επειδή δεν μπορούμε να τους «προβλέψουμε», αλλά γιατί ο σεβασμός στη φωνή τους είναι αυτό που δίνει νόημα σε κάθε δεδομένο.

Τελικά, καμία επιτυχία – ούτε προϊόντος, ούτε επιχείρησης – δεν είναι δυνατή χωρίς ειλικρινή έρευνα και πραγματική σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή.



Ο ΣΕΔΕΑ ιδρύθηκε το 1990 με στόχο την προαγωγή της επιστημονικής έρευνας αγοράς και κοινωνικής έρευνας στην Ελλάδα. Τα μέλη του συμμορφώνονται πλήρως με τους κώδικες δεοντολογίας και επαγγελματικής πρακτικής της ESOMAR και πιστοποιούνται μέσω μηχανισμών ελέγχου που έχει θεσπίσει ο ΣΕΔΕΑ.

ADVERTISING

Στην Dentsu Greece η Pernod Ricard Hellas

Στην Dentsu Greece ανέθεσε, από την 1^η Ιουλίου, τον media λογαριασμό της, η Pernod Ricard Hellas. Η Pernod Ricard δραστηριοποιείται στη βιομηχανία ποτών και οίνων και το χαρτοφυλάκιό της περιλαμβάνει από premium έως πολυτελή brands, όπως τη βότκα Absolut, το pastis Ricard, τα ούισκι Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute και The Glenlivet Scotch, το ιρλανδέζικο ούισκι Jameson, κ.ά.

ADVERTISING

Η Gen Plus Group για τα Παγωτά Δωδώνη

Η Gen Plus Group «υπογράφει» τη νέα καμπάνια των Παγωτών Δωδώνη. Η συνεργασία προέκυψε έπειτα από πρόταση της Gen Plus Group προς την Παγωτά Δωδώνη, με στόχο τη δημιουργία μίας ξεχωριστής και υψηλής αισθητικής διαφημιστικής καμπάνιας για την ελληνική αγορά. Την παραγωγή ανέλαβε η NaF+ και τη σκηνοθεσία οι Ιταλοί Giacomo και Laura, οι οποίοι εμπνεύστηκαν την καμπάνια σαν ένα έργο τέχνης, αντιμετωπίζοντας τα Παγωτά Δωδώνη ως μια αυθεντική καλλιτεχνική δημιουργία. Η καμπάνια προβάλλεται σε TV, digital και SoMe. Η Gen Plus Group, μαζί με τη NaF+, αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους δημιουργικούς και παραγωγικούς ομίλους στον κόσμο, με έδρα το Λονδίνο, γραφεία στην Αθήνα και παρουσία σε 20 χώρες.

MARKETING

Η Viva Pharm αναθέτει στην Golden Dust

Η Golden Dust ανέλαβε το social media management και την επικοινωνιακή προβολή του brand Urinal της εταιρείας Viva Pharm. Η σειρά Urinal αποτελείται από 5 συμπληρώματα διατροφής που στοχεύουν στην πρόληψη και την άμεση αντιμετώπιση της ουρολοίμωξης με απόλυτα φυσικό και ασφαλή τρόπο, όπως επισημαίνεται. Η νέα καμπάνια έχει στόχο την προβολή της αποτελεσματικότητας του brand.

PUBLIC RELATIONS

Στην Ikon-Ketchum η Geely Auto

Στην Ikon-Ketchum ανέθεσε η Geely Auto τον PR λογαριασμό και Γραφείο Τύπου της, κατόπιν διερεύνησης της ελληνικής αγοράς. Η Geely Auto Group είναι ένας κατασκευαστής αυτοκινήτων, με έδρα την Κίνα, και παρουσία σε περισσότερες από 81 χώρες σε όλον τον κόσμο. Ιδρύθηκε το 1997, ως θυγατρική της Zhejiang Geely Holding Group. Η GEO Mobility Hellas είναι ελληνική εταιρία, θυγατρική της πολυεθνικής Union Group και επίσης εισαγωγέας των αυτοκινήτων Geely, στην Ελλάδα.