



FREE ARTICLE

www.research-pmr.com

Najważniejsze kryteria wyboru agencji badawczej w Europie Środkowo-Wschodniej

Luty 2009

 **PMR**
R E S E A R C H

Podobnie jak kultury społeczne świata różnią się od siebie, tak też jest w przypadku kultury biznesowej w różnych rejonach świata. Sytuacja ta może komplikować proces poszukiwania partnera biznesowego w odległej części globu. Wiele międzynarodowych agencji badawczych staje przed tym problemem, szukając możliwości współpracy z firmami badawczymi z rejonu Europy Środkowo-Wschodniej. Celem poniższego artykułu jest wskazanie kwestii wartych rozważenia podczas wybierania najbardziej odpowiedniego partnera do współpracy przy projektach badawczych w Europie Środkowo-Wschodniej.

Naszym zdaniem, cechy, jakie powinny go charakteryzować to:

Entuzjastyczne nastawienie – biorąc pod uwagę różnice kulturowe, ważne jest, by zwracać uwagę na atmosferę panującą w agencji badawczej – nastawioną na podejmowanie wyzwań i otwartość na nowe zadania. Idealny partner zakłada, że wszystko jest możliwe do wykonania, kwestią jest tylko odpowiedni zapas czasu oraz środki. Jednocześnie, rzetelny partner podejmuje się tylko tych zadań, które jest w stanie zrealizować w ramach konkretnego budżetu oraz w ustalonym terminie.

Sugerowanie rozwiązań zamiast podkreślania problemów – pomimo domniemanej innowacyjności oraz spontaniczności narodów w tym rejonie świata, mają one nierzadko skłonność do skupiania się na pojawiających się problemach. Kluczową kwestią dla sprawnej realizacji projektu jest wybór partnera prezentującego podejście skoncentrowane na znajdowaniu rozwiązań w trudnych sytuacjach.

Znakomite standardy komunikowania – mowa tu nie tylko o sprawnym posługiwaniu się językiem angielskim, ale również o przestrzeganiu standardów w komunikacji na poziomie globalnym, które są czynnikiem decydującym o sukcesie projektu. Idealna agencja zatrudnia ludzi, którzy rozumieją różnice kulturowe w schematach komunikowania: wyjaśniają ewentualne wątpliwości, na bieżąco informują o przebiegu realizacji projektu oraz są wyczerpani na różnice czasowe pomiędzy krajami. Pełna informacja oraz zaangażowanie w projekt pracowników agencji partnerskiej daje Klientowi możliwość sprawniejszego delegowania obowiązków.

Doskonałe umiejętności językowe – sprawna komunikacja z Klientem oraz partnerami w całej Europie Środkowo-Wschodniej jest kwestią pierwszorzędną. Bariera językowa może spowodować niepotrzebne nieporozumienia oraz komplikacje, zarówno na etapie sprzedaży, jak i realizacji projektu. Znajomość kilku języków regionalnych lub co najmniej umiejętność

czytania cyrylicy często jest ogromną zaletą przy przekazywaniu dokumentów czy weryfikacji tłumaczenia materiałów.

Doświadczenie w realizacji projektów planowanych przez Klienta – bez względu na to, czy mamy do czynienia z badaniem konsumenckim czy business-to-business, wywiadami przeprowadzanymi techniką CATI czy wywiadami bezpośrednimi, badaniem rynku medycznego czy farmaceutycznego, agencja badawcza powinna posiadać umiejętności oraz doświadczenie w dziedzinie, która interesuje Klienta. Znajomość branży będącej w centrum zainteresowań Klienta jest kolejną istotną zaletą dobrej agencji.

Bogate doświadczenie w różnych krajach regionu – międzynarodowe projekty są realizowane w kilku krajach w regionie. Pomimo, że kraje Europy Środkowo-Wschodniej mogą wydawać się do siebie podobne, występują znaczące różnice w specyfice każdego z nich.

W związku z tym, sprawą kluczową jest posiadanie stałej sieci kontaktów oraz doświadczenia w większości krajów regionu, co umożliwi wypracowywanie najlepszych rozwiązań oraz dostosowanie do specyfiki kraju.

Znajomość dynamicznych rynków Europy Środkowo-Wschodniej – region ten nadal charakteryzuje się stosunkowo szybkim rozwojem rynków. Zasadniczą kwestią przy wyborze partnera jest świadomość sytuacji ekonomicznej w regionie oraz wszelkich kwestii mających istotne znaczenie przy doborze próby do badania.

Jeden punkt kontaktowy dla całego regionu – dobrym rozwiązaniem jest znalezienie partnera, który będzie miał stały kontakt z innymi agencjami w regionie, co pozwoli na sprawną realizację projektów międzynarodowych. Współpraca z jedną agencją koordynującą projekt w kilku krajach stanowi istotną oszczędność czasu. Do licznych korzyści takiego rozwiązania należą: łatwiejsza komunikacja, mniejsze zaangażowanie Klienta koordynacją przedsięwzięcia oraz szersza perspektywa projektu.

Członkostwo w Europejskim Stowarzyszeniu Badaczy Rynku i Opinii ESOMAR – daje to gwarancje znajomości oraz stosowania międzynarodowych standardów i regulacji dotyczących praktyki badań. Członkostwo w międzynarodowej organizacji badawczej nadaje agencji partnerującej wiarygodności.

Klarowna, rozsądna i „ostateczna” wycena projektu – warto się upewnić, za co i ile zapłacimy. Dobry partner przedstawi czytelny kosztorys i zagwarantuje, że ceny nie ulegną zmianie w trakcie realizacji projektu bez porozumienia z Klientem.

Szanowanie czasu oraz wywiązywanie się z terminów – rygorystyczne przestrzeganie terminów przez agencję oraz wczesne informowanie o jakichkolwiek opóźnieniach w realizacji zapewnia Klientowi kontrolę nad projektem. Jednocześnie harmonogram pracy przedstawiony przez agencję powinien być przede wszystkim realistyczny.

Jawność i otwartość na każdym etapie współpracy – informowanie z wyprzedzeniem o jakichkolwiek komplikacjach bądź zadawanie pytań, kiedykolwiek pojawią się wątpliwości jest ważną cechą, w przeciwieństwie do prób ukrycia problemów. Uczciwe informowanie przez agencję partnerską o jakichkolwiek komplikacjach daje Klientowi szanse na zainterweniowanie w odpowiednim momencie.

Poszukiwanie odpowiedniego współnika może okazać się procesem nietatwym i obfitującym w pomyłki. Jednakże czas oraz wysiłek włożony w znalezienie idealnej agencji jest inwestycją, która z pewnością okaże się korzystna. Mamy nadzieję, że nasze wytyczne ułatwią Państwu wybór najlepszego partnera badawczego w Europie Środkowo-Wschodniej.

Informacja o PMR

PMR Research (www.research-pmr.com)

jest wyspecjalizowanym działem firmy PMR świadczącym usługi badania rynku na indywidualne zlecenie klientów. Świadczone przez PMR Research usługi obejmują pełen wachlarz metodologii ilościowych i jakościowych, w tym badania satysfakcji klientów, świadomości marki, wizerunku firm i produktów, analizy segmentacyjne i inne. PMR Research oferuje także przygotowywanie specjalistycznych analiz branżowych, badania online oraz tworzenie marketingowych baz danych. Usługi PMR Research są dostępne w ponad 20 krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

PMR Research jest częścią PMR Publications (www.pmrpublications.com)

firmy specjalizującej się w dostarczaniu wysokiej jakości informacji rynkowych oraz usług firmom zainteresowanym rynkami Europy Środkowo-Wschodniej oraz krajów rozwijających się. Do głównych obszarów działalności PMR należy wydawanie publikacji biznesowych, świadczenie usług konsultingowych (PMR Consulting, www.pmrconsulting.com) i badania rynku (PMR Research, www.research-pmr.com). Obecna na rynku od ponad 13 lat i posiadająca jedno z najczęściej odwiedzanych portali informacyjnych, PMR jest jedną z największych firm w swojej branży w Europie Środkowo-Wschodniej.



Dane kontaktowe PMR

PMR Research

ul. Dekerta 24,

30-703 Kraków, Polska

tel.: /48/ 12 618 90 30

fax: /48/ 12 618 90 08

e-mail: info@pmr-r.com

www.research-pmr.com