

IAB DISCOVERY

iab.croatia

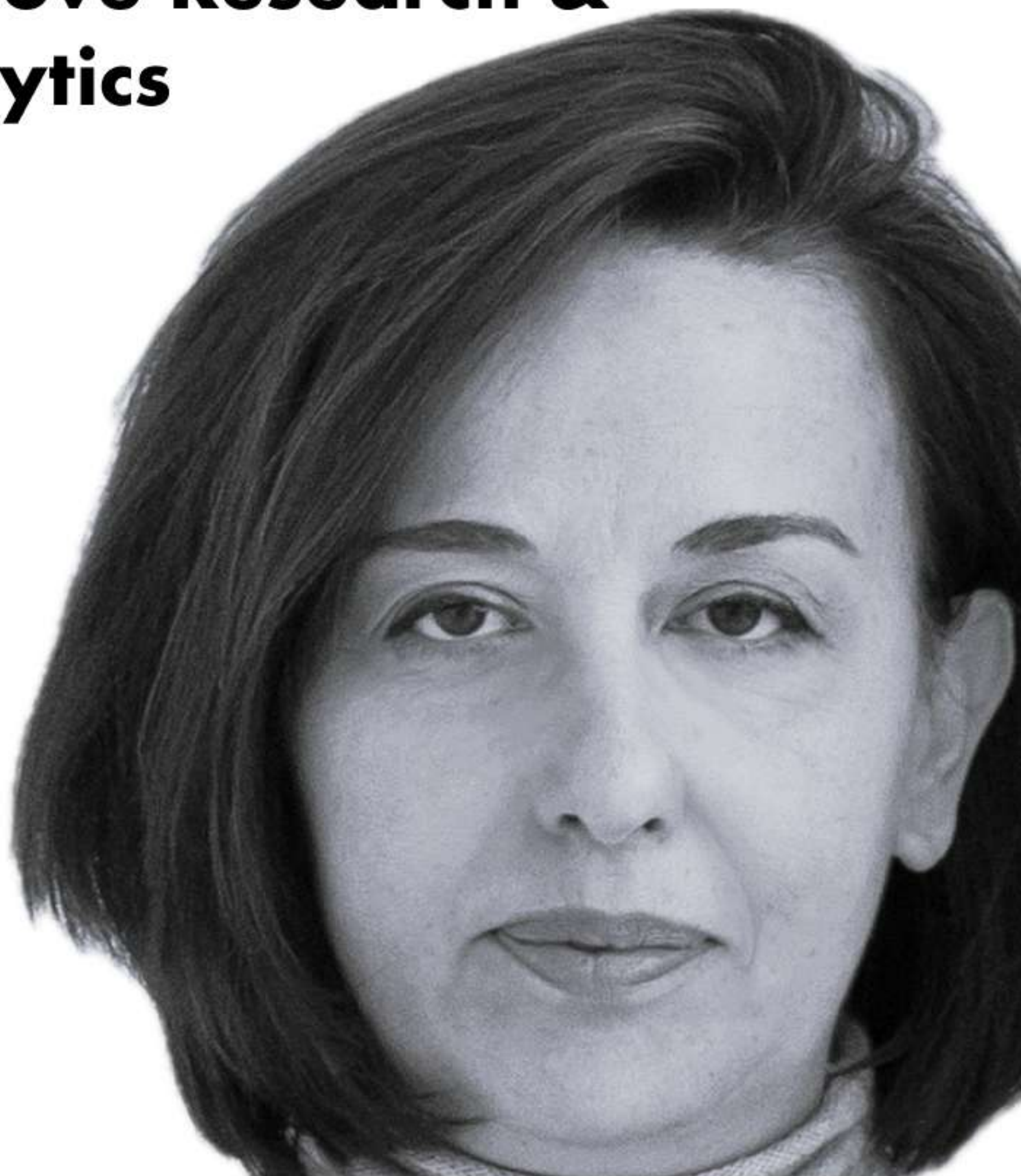
RESEARCH HUB



SENKA BRAJOVIĆ

Partner

Improve Research & Analytics

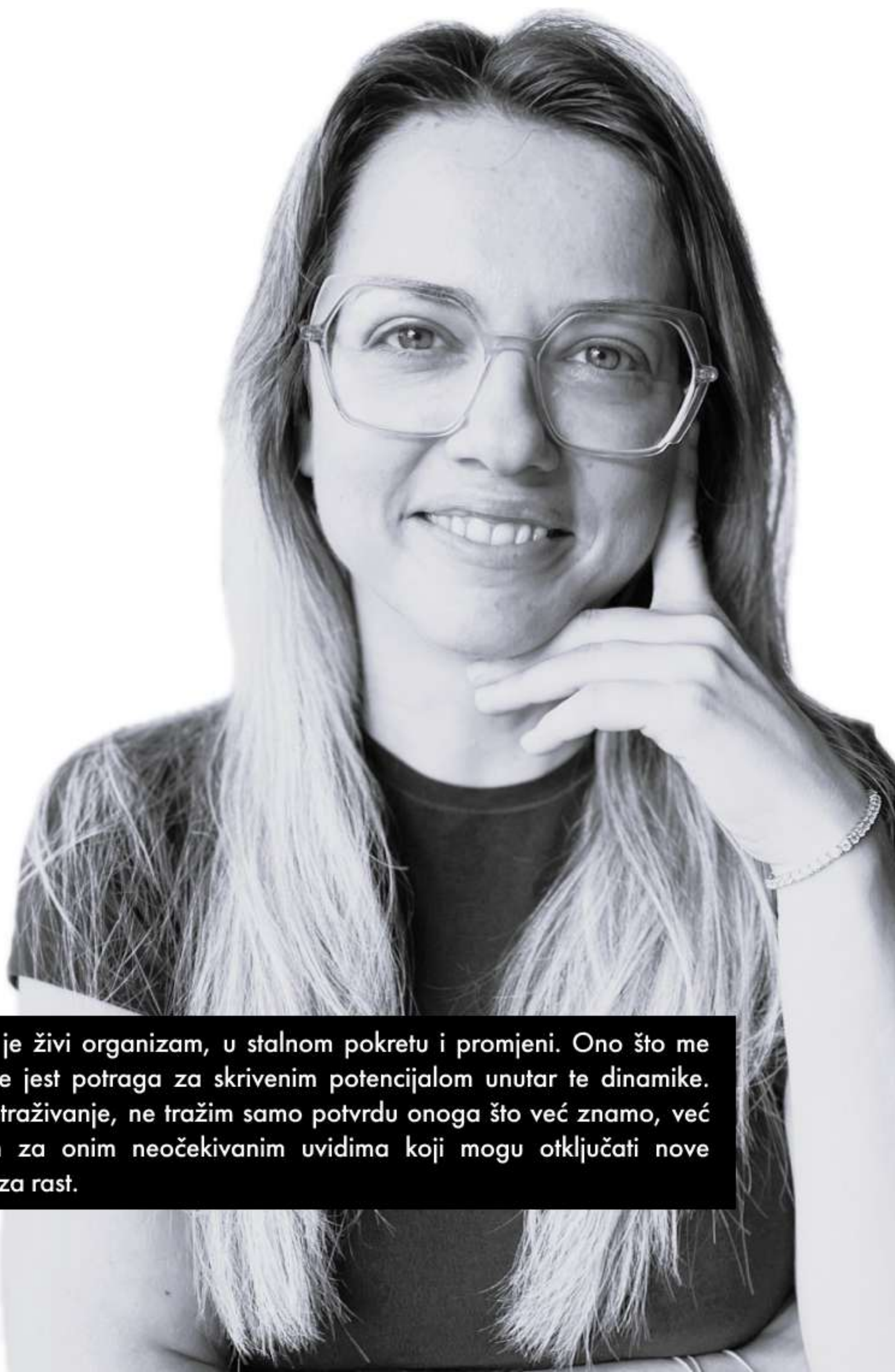


Kao istraživaču tržišta, najljepši trenuci su kada vidim kako se klijentu „otvaraju oči” jer istraživanje donese novo razumijevanje i potakne promjenu razmišljanja. Svi znamo da je tržišna orijentacija temelj dobrog marketinga, no u praksi zna izostati iz različitih razloga. Zato je radna grupa istraživača iz različitih agencija udružila snage u promišljanju kako uvide o potrošačima u budućnosti učiniti dostupnijima i korisnijima marketinškim stručnjacima. Dođite na naš event, saznajte što su nam korisnici istraživanja tržišta u različitim industrijama otkrili u našoj anketi i sudjelujte u diskusiji o o tome kako istraživanja mogu jednostavnije, brže i smislenije podržati marketinšku praksu.

iab.croatia

VIDA CENCIČ

Research Manager Ipsos Hrvatska



Tržište je živi organizam, u stalnom pokretu i promjeni. Ono što me pokreće jest potraga za skrivenim potencijalom unutar te dinamike. Kroz istraživanje, ne tražim samo potvrdu onoga što već znamo, već tragam za onim neočekivanim uvidima koji mogu otključati nove prilike za rast.

iab.croatia

HELENA ERCEG

Research Manager Improve Research & Analytics



Uloga istraživača tržišta ne svodi se samo na prikupljanje podataka. Ključno je, i u osnovi svakog dobrog istraživanja, u suradnji s klijentima razumjeti što je zapravo problem koji želimo riješiti – što je pitanje iza pitanja. Tek kada to jasno definiramo, možemo odabrati odgovarajuću metodologiju i pristup koji daje relevantne uvide, a ne samo podatke. Jer istraživanje vrijedi onoliko koliko je precizno u svom cilju, i smisleno i korisno u svojim odgovorima.

iab.croatia

JELENA HALIĆ

Senior CX Manager AGB Nielsen



Danas titulu istraživanja dobiva gotovo svaka usputna aktivnost na internetu. Jedna pretraga u tražilici – to je research. Kratko pitanje AI alatima – i to je research. Par pročitanih znanstveno popularnih objava na društvenim mrežama - ponovo research. No, jesu li istraženi podaci relevantni? Je li pogođen pravi kontekst? Previše je dostupnih podataka, a premalo metodološke osviještenosti. Upravo tu na scenu stupaju agencije za istraživanje tržišta.

iab.croatia

VIKTOR JONJIĆ

Business Development Manager AGB Nielsen



Istraživanje je most između nagađanja i znanja. Osnovni zadatak jest da tržišnu buku uglazbe u praktične informacije, omogućujući svim partnerima na tržištu da donose odluke s povjerenjem, a ne intuicijom. Stvarno razumijevanje potrošača i provjerom strategija prije lansiranja, istraživanja smanjuju financijski rizik i osiguravaju da poruka brenda dođe do ciljane publike. Ukratko, istraživanje omogućuje mjerljiv povrat ulaganja kreativnih ideja.

iab.croatia

NIKA MUTIĆ

Senior Project Manager Valicon



Oduvijek me pokretala znatiželja i potreba da razumijem što se “krije” iza brojki i podataka, a u istraživanju tržišta ta potraga za “kako i zašto” pretvara apstraktne brojke i podatke u jasne poslovne prednosti. Sudjelovanjem u IAB Research hubu, s kolegama nastojim promovirati istraživanje tržišta i pokazati njegovu pravu vrijednost. Naš je cilj pokazati industriji vrijednost istraživanja tržišta, jer tek kada sveobuhvatno razumijemo tržište, otvaramo prostor za njegov puni potencijal.

iab.croatia

MATEJ SEVER

Head of Audience Measurement Ipsos Hrvatska



Istraživanja, između ostalog, pretvaraju tržišnu buku u praktične uvide omogućujući pouzdane odluke umjesto nagađanja. U eri preobilja informacija i brzog tržišnog kretanja, glavni izazov je razlučiti relevantne uvide od šuma – baš zato istraživanje mora biti precizno usmjereno, metodološki čisto i prilagođeno stvarnim potrebama. Sudjelovanjem u IAB Croatia Research HUB-u, s kolegama iz agencija, radimo na tome da ta uvide učinimo dostupnijima i praktičnijima svima kojima su istraživanja potrebna.

iab.croatia

JOSIP TVRTKOVIĆ

Regional Manager For Service Sector Valicon



U istraživanja tržišta me privuklo to što se stalno susrećete s nečim novim – navike, stavovi i ponašanje ljudi se mijenjaju, kao i proizvodi i usluge koje nude naši klijenti. Stalno uskaćete iz jedne perspektive u drugu, bavite se onim opipljivim i mjerljivim, ali isto tako nastojite razumjeti i ono neizrečeno, emocionalno, pa često i iracionalno što se teško može pretvoriti u brojke ili opisati riječima. IAB Research Hub okuplja ljude koji dijele sličnu strast prema traženju tih odgovora i kako oni postaju važan alat poslovnog uspjeha naših klijenata.

iab.croatia