

Adquira um Conhecimento Mais Profundo dos Clientes

Para empresas especializadas em fornecer serviços de pesquisa de mercado a outras empresas, ou aquelas que realizam pesquisa como parte do negócio, é essencial ter acesso aos meios necessários para conduzir pesquisas precisas com facilidade e eficiência e depois compartilhar conhecimento com aqueles que podem ser beneficiados com isso.

Pesquisas fornecem às empresas em todo o mundo um grande conhecimento das atitudes e opiniões de seus clientes. As empresas utilizam resultados das pesquisas, questionários e formulários para reunir conhecimentos sobre seus clientes, o que possibilita direcionar os principais objetivos das empresas.

Com esse conhecimento, as empresas podem:

- Desenvolver novos produtos que os consumidores queiram comprar
- Melhorar a satisfação do cliente
- Adquirir e reter clientes mais valiosos
- Aumentar o reconhecimento da marca
- E muito mais

A DMSS® comercializa ferramentas poderosas e flexíveis para ajudar empresas na condução de pesquisas quantitativas com propósito comercial, sejam elas, pesquisa de mercado, pesquisa de produto, teste de conceito, avaliação da marca, ou qualquer outro tipo de pesquisa de marketing. Para as empresas de pesquisa de mercado, as soluções IBM SPSS possibilitam que os mesmos definam com maior exatidão as necessidades dos clientes e diferenciar seus serviços, dos serviços dos concorrentes.

Muitas empresas fazem a opção de realizar suas próprias pesquisas. Empresas como a Avon e Yamaha Motor Europe N.V. utilizam softwares IBM SPSS para capturar feedback do cliente e do mercado e transformá-lo em conhecimento que ajude na tomada de decisões.

A DMSS® comercializa uma plataforma de pesquisa de mercado flexível e escalonável que possibilita às empresas projetar pesquisas e formulários, capturar dados centralizadamente, analisá-los e distribuir os resultados. Utilizando esse software, as empresas podem:

- Obter informações das pessoas certas, sem levar em consideração sua localização, língua ou modo de contato preferido
- Ir do campo para as descobertas mais rapidamente
- Utilizar o feedback do consumidor como uma parte da rotina comercial

Colete informação de uma amostra representativa

Atualmente as empresas possuem uma variedade de métodos, ou modos, para alcançar respondentes potenciais, como a Web, e-mail, o tradicional papel, pessoalmente ou por telefone. Utilizando-se destes meios, os pesquisadores tem mais oportunidades para alcançar os respondentes escolhendo o melhor método custo-benefício para gerar uma resposta requerida de uma audiência em particular.

Os softwares de pesquisa comercializados pela DMSS® possibilitam as empresas capturar feedback de qualquer circunstância ou mesmo uma combinação de circunstâncias através de um único questionário e captura centralizada de dados. Isso torna fácil conduzir pesquisas que encoragem uma resposta da audiência correta.

Para aquelas empresas que a pesquisa deve atingir respondentes que falam diferentes línguas, o fornecimento de pesquisas na língua nativa do respondente pode também ajudar no aumento das taxas de resposta e tornar suas respostas mais confiáveis. As funcionalidades multilinguísticas dos softwares de pesquisa IBM SPSS possibilitam as empresas criar questões e instruções em praticamente todas as línguas, incluindo línguas asiáticas. Dados de qualquer versão linguística são capturados centralmente e os resultados tornam-se disponíveis imediatamente para análise.

Melhores resultados utilizando análise Web-based

Muitas empresas hoje preferem conduzir pesquisas online. Tanto feita internamente como por empresas de pesquisa de mercado, a pesquisa online é um modo viável, com baixo custo, e conveniente de se analisar

para pessoas. Oferece um rápido tempo de retorno e pode suportar tanto questionários simples como complexos. A DMSS® comercializa o sofisticado software de desenho de questionários e entrada de dados online que os pesquisadores profissionais passaram a confiar.

Mais maneiras de atingir mais respondentes

Pesquisa multimodal, onde mais de uma forma de abordagem é utilizada para conduzir uma única análise, dá as empresas de pesquisa de mercado diversas maneiras de conectar-se com mais respondentes. Por exemplo, uma empresa pode conduzir um estudo utilizando tanto papel como análise online.

Pesquisa multimodal possibilita as empresas:

- Reduzir custos
- Aumentar taxas de resposta
- Economizar tempo
- Melhorar a qualidade dos dados

Pesquisas multimodais também dão as companhias novas formas para atingir audiência especialmente quando os métodos tradicionais falham diferenciando-as dos concorrentes. Utilizar o software de pesquisa de mercado IBM SPSS, possibilitou a NOP World, uma empresa global de pesquisa de mercado, explorar alguns métodos exclusivos de coleta de dados. Incluindo transferência de mensagens de texto eletrônicas, populares entre os jovens na Europa, ajudando a empresa a capturar um grupo que é notoriamente difícil de atingir através de análises. Em um projeto planejado para a indústria musical, a empresa entregou telefones celulares as pessoas em danceterias afim de gravar pequenos trechos de músicas. A empresa então utilizou "impressão digital" para determinar qual música foi realmente ouvida.