



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

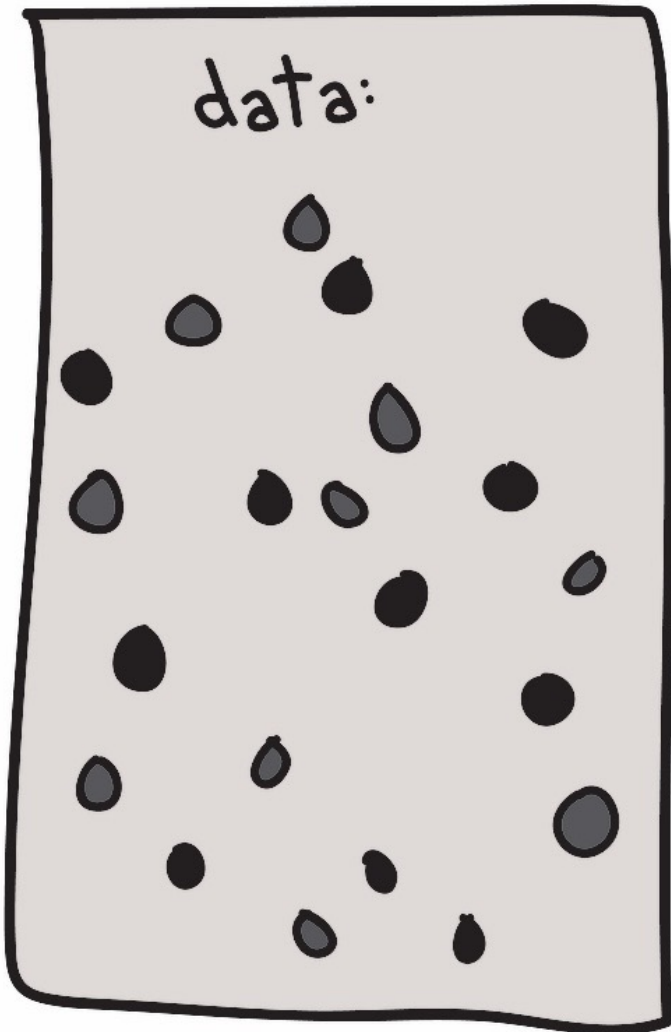
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

B2B Marketing

Marketingový výzkum

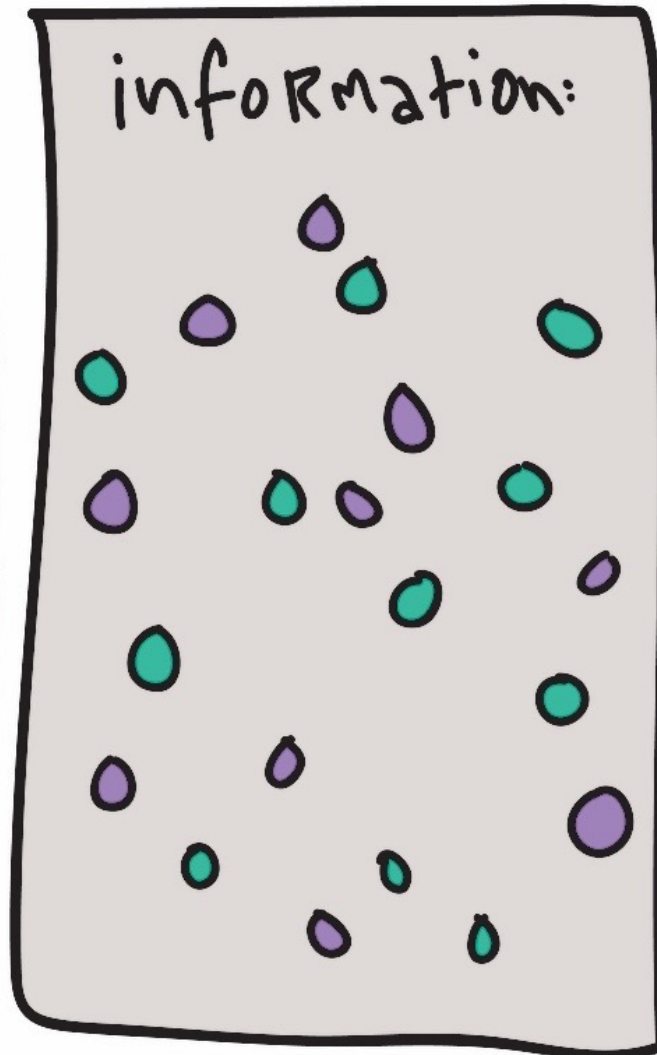


data:



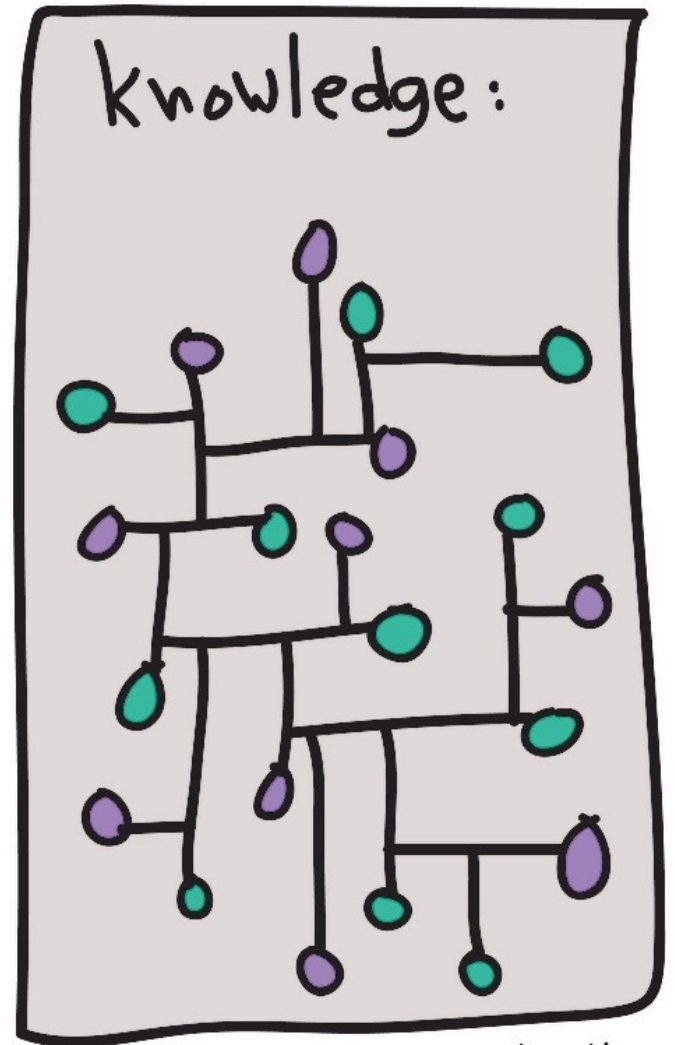
@bestqualitycrab

information:



@gapingvoid

knowledge:



@gapingvoid

Database	nOrderId	nEntityOriginId	dDateOrder	nPriceSumNoVat	nPriceSumWithVat	uUserGuid	sType	nPriceNoVat	nPriceWithVat	nQuantity
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	4,5	5,4	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	7,5	9,1	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	17	20,6	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	36,3	43,9	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	8
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	33,9	41	4
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	3	3,6	36
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	15,9	19,2	6
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	4,9	5,9	15
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	12,7	15,4	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	15,5	18,8	6
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	13	15,7	3
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	6,3	7,6	2
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	COMMODITY	45,6	55,2	5
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	TRANSPORT	0	0	1
32000CZ	18608	1	9.10.2021 11:55:52 AM	3199,7	3871,6	6588e39c-beda-4eb5-ae4f-b5b8d8d4b785	PAYMENT	0	0	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	7,9	9,6	20
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	7,9	9,6	20
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	49	59,3	24
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	62,9	76,1	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	84	101,6	3
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	26	31,5	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	18,6	22,5	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	22	26,6	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	109	131,9	3
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	6,5	7,9	1
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	28,5	34,5	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	13	15,7	5
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	6,9	8,3	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	12	14,5	4
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	14	16,9	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	5	6,1	10
32000CZ	18609	1	9.10.2021 12:26:07 PM	4407	5332,7	4ec0abaa-b8dd-4609-8a30-0222ea156246	COMMODITY	5,8	7	10





— PREMIUM

Mladá krev. René Matera odešel z vedení Prometu, tohle jsou jeho nástupci



Kristýna Tmejová

2. 10. 2023 · 6 min čtení

Foto Jiří Zerzoň

SDÍLET ČLÁNEK



Patriarcha René Matera po třiceti letech budování skupiny Promet předal byznys dětem. Jak s ním dcera Denisa a syn Radim naloží?



Proces marketingového výzkumu



PŘÍPRAVNÁ ETAPA

Definice problému
Orientační analýza situace
Plánování projektu výzkumu
Předvýzkum



REALIZAČNÍ ETAPA

Sběr dat
Zpracování dat
Analýza a interpretace
Vizualizace a prezentace



Definice problému

- Nejdůležitější část výzkumu
- Dobře definovaný problém je napůl vyřešený
- V marketingovém výzkumu neexistují špatné odpovědi, jen špatně pokládané otázky

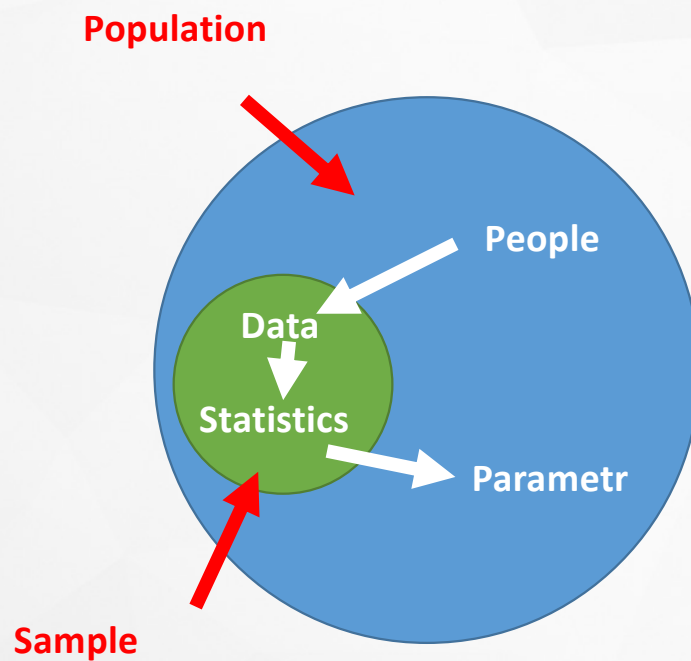


Základní soubor a výběrový vzorek

- Bylo by možné ptát se v rámci výzkumu všech dospělých lidí v České Republice?
- Základní soubor: soubor všech jednotek, kterých se výzkum týká.
- Výběrový vzorek: menší část základního souboru, která slouží k realizaci výzkumu



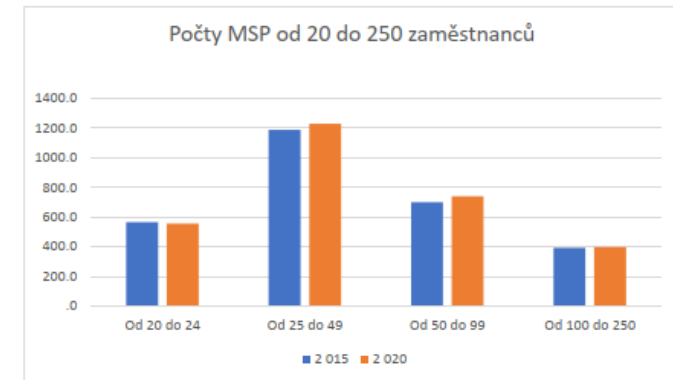
Populace a výběrový vzorek



Kvótní výběr

- Svůj vzorek hlídám takovým způsobem aby následně připomínal charakteristiky celkové populace.
- V případě že se tak neděje, tak další subjekty výzkumu zapojuji záměrně tak abych se této kvótě přiblížil.

Srovnání počtů MSP od 20 do 250 zaměstnanců v ČR (2015 a 2020)



Graf AMSP ČR, data ČSÚ

B. Vývoj počtů MSP v jednotlivých krajích ČR a jejich podíl na celkovém počtu ČR (2015 – 2020)

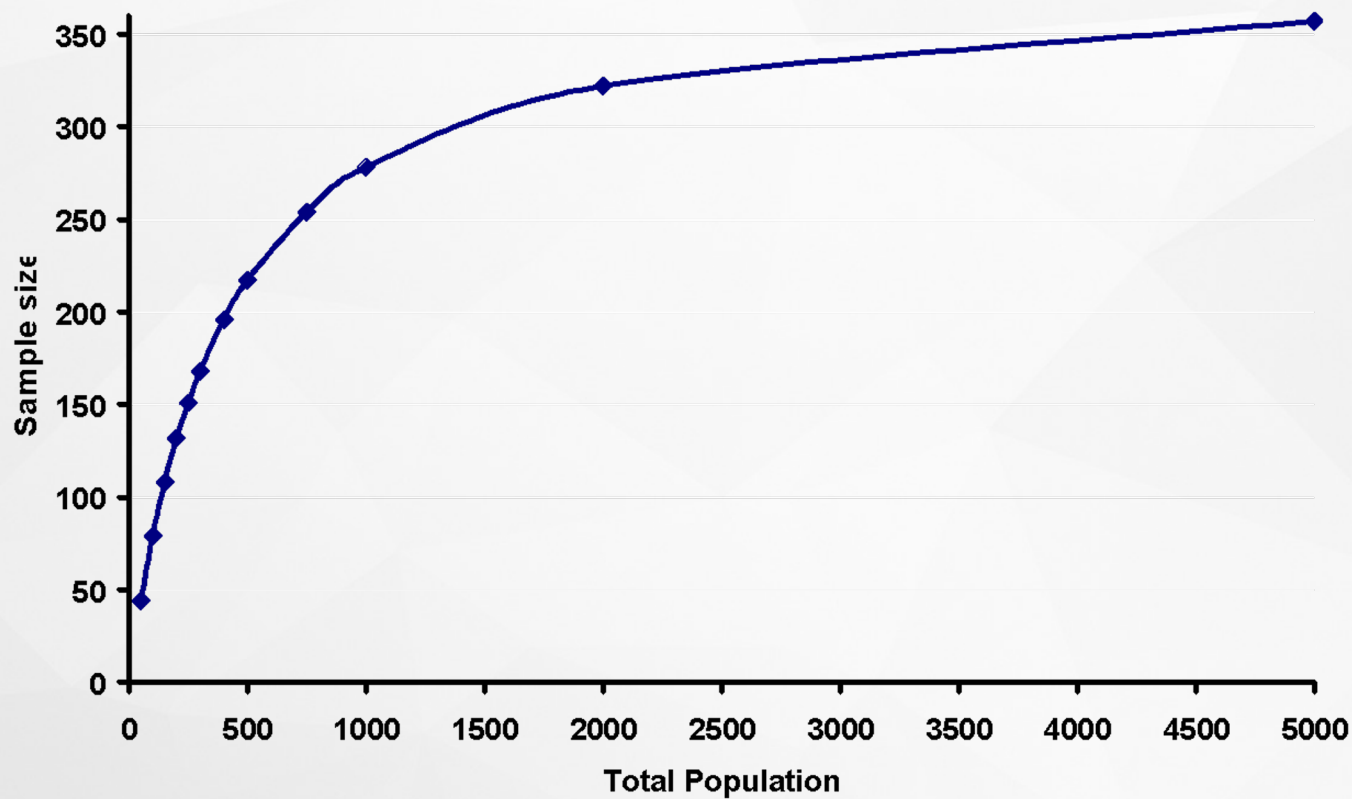
Praha

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bez zaměst.	150 712	154 13	162 233	168 385	170 643	196 237
1-5	54 761	56 317	53 513	53 049	57 004	53 048
6-9	6 896	6 895	6 889	6 989	7 215	7 018
10-19	5 986	6 031	6 162	6 193	6 273	6 136
20-24	1 304	1 351	1 388	1 413	1 401	1 323
25-49	2 497	2 613	2 637	2 689	2 800	2 718
50-99	1 547	1 539	1 616	1 640	1 668	1 627
100-199	799	838	861	882	922	857
200-249	167	161	162	159	158	160
CELKEM	269 124					224 669
Podíl na ČR	23,6 %					18 %

Středočeský kraj

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bez zaměst.	117 581	119 308	121 560	125 422	128 528	134 755
1-5	19 283	9 774	19 610	19 493	19 783	19 358
6-9	2 867	2 728	2 750	2 827	2 804	2 753
10-19	2 459	2 500	2 491	2 436	2 461	2 450
20-24	546	580	571	576	603	583
25-49	1 195	1 184	1 220	1 239	1 252	1 237

Minimální velikost vzorku



Minimální velikost vzorku

Calculator.net FINANCIAL FITNESS & HEALTH

[home](#) / [math](#) / [sample size calculator](#)

Sample Size Calculator

▼ Modify the values and click the Calculate button to use

Find Out The Sample Size

This calculator computes the minimum number of necessary samples to meet the desired statistical constraints.

Confidence Level:

Margin of Error: %

Population Proportion: % Use 50% if not sure

Population Size: Leave blank if unlimited population size.



Typologie marketingového výzkumu

Kvantitativní / Kvalitativní

Primární data / Sekundární data

Explorační / Kauzální (Explanační) / Deskriptivní



KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

Odpovídá na otázku Kolik?

Zkoumá četnost jevů a statistické vztahy mezi proměnnými

Cílem je měřit

Umožňuje statistické zpracování

KVALITATIVNÍ VÝZKUM

Odpovídá na otázku Proč?

Zkoumá příčiny a odhaluje nové souvislosti

Cílem je porozumět

Vyžaduje interpretaci



DATA

Sekundární

Primární

Externí

Interní

Dotazování

Experiment

Pozorování

Studie asociací,
hospodářské
komory, Czech
trade, ČSÚ,
oborové časopisy
a média,...

Zprávy od
zákazníků, reporty
z call centra,
finanční výkazy,
předchozí
výzkumy,
databáze,...

Individuální
rozhovor,
skupinové
rozhovory,
online a offline
dotazníky

Řízený
experiment,
kvazi
experiment,
terénní
experimet

Mechanické a
elektronické
přístupy,
osobní přístupy

Explorační / Kauzální (Explanační) / Deskriptivní

- Explorační: Prozkoumat nové trendy v marketingových technologiích B2B pro odvětví softwaru jako služby (SaaS).
- Kauzální: Zjistit vliv systémů řízení vztahů se zákazníky (CRM) na udržení zákazníků na trzích B2B.
- Deskriptivní: Vyprofilovat zákaznickou základnu B2B v odvětví průmyslových strojů.



METODY SBĚRU PRIMÁRNÍCH DAT



Pozorování

- Zjevné

- Osoby jsou informovány o tom, že probíhá výzkum.
- Může docházet ke zkreslení díky narušení přirozeného chování.

- Skryté

- Studované subjekty o výzkumu neví.



Pozorování

- Zúčastněné

- Pozorovatel vstupuje do skupiny a stává se její součástí.
- Spolupodílí se na jejím životě a aktivitách.
- Je velmi důležité nezasahovat příliš do dynamiky skupiny.

- Nezúčastněné

- Pozorovatel je mimo skupinu.



Experiment

- Hledání kauzálního vztahu mezi proměnnými.
- Závislá a nezávislá proměnná.



23%
conversion



11%
conversion



Dotazování

- Dotazník
 - Online/offline
 - Samovyplnění/vyplnění během rozhovoru
- Rozhovor
 - Strukturovaný/Nestrukturovaný
 - Individuální/Skupinový



Kvalitní data = Kvalitní výzkum = Kvalitní výsledky = Kvalitní rozhodnutí = Zisk

- **Reprezentativnost:**
 - vypovídá o vztahu výběrového vzorku a základní populace
- **Kvalita výzkumu**
 - je determinovaná **validitou** a **reliabilitou**



Validita

Validní otázky jsou takové, které nám poskytnou odpovědi přesně na to, na co se ptáme – co je hlavním cílem výzkumu.



Reliabilita (spolehlivost)

Vyjadřuje míru stálosti výzkumných nástrojů.

Nakolik zůstává otázka spolehlivou a stále platnou při dalších opakováních – například v jiných časových, sociálních a kulturních podmínkách.





Unreliable & Invalid



Unreliable, But Valid



Reliable, Not Valid



Both Reliable & Valid



Případová studie: Spokojenost se vzděláním

- Ve Velké Británii jsou populární distanční formy studia.
- Vláda chtěla vyhodnotit tyto aktivity a proto sestavila dotazník.
- Dotazník měl měřit různé aspekty spokojenosti se studiem.
- Paralelně s tímto výzkumem se mladá doktorandka píšící svou dizertační práci na téma týkající se distanční formy studia přihlásila do jednoho z oborů nabízených dálkově.
- Zatímco papírový dotazník ukázal, že jsou lidé nadprůměrně spokojeni, její zúčastněné pozorování přineslo zcela jiné výsledky.
- Proč se tomu tak stalo?
- Jak to bylo s validitou a reliabilitou?



Děkuji za pozornost



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

