



Konsumentki Lider Jakości 2016

Strefa  Gospodarki
BIZNES MAGAZYN

KONSUMENCKI LIDER JAKOŚCI 2016 to ogólnopolski, promocyjny program konsumencki, prowadzony przez Redakcję *Strefy Gospodarki* ogólnopolskiego, niezależnego dodatku dystrybuowanego wraz z *Dziennikiem Gazetą Prawną*. Jego celem jest wyłonienie najlepszych, w opinii konsumentów, marek i firm dostępnych oraz funkcjonujących na polskim rynku. Zarówno uczestnicy jak i Laureaci Programu, w czasie jego trwania promowani są na łamach *Strefy Gospodarki*.

Badania realizowane w ramach Projektu KONSUMENCKI LIDER JAKOŚCI za cel główny przyjmują wyłonienie Liderów Jakości usług i produktów dostępnych na polskim rynku. W badaniu gromadzimy opinie aktywnych konsumentów. Nie tylko identyfikujemy Liderów, ale też zbieramy wiedzę na temat jakości wybranych produktów i usług. Dodatkowo badanie nasze przynosi wiedzę o tym dlaczego dane produkty wybierane są jako najlepsze. Wiemy również jakie skojarzenia budzą wśród konsumentów marki brane pod uwagę w badaniu.

Badanie dostarcza więcej istotnych informacji o rynku polskim. Podstawowym efektem jest raport pokazujący ranking produktów i usług uznawanych za najlepsze jakościowo na rynku. Badanie pozwala także na budowę segmentacji porządkującej rynek dostawców produktów i usług o zróżnicowanym poziomie jakości. Wypowiedzi respondentów dają dobrą podstawę i uzasadnienie dla analiz segmentacyjnych. Analiza uzasadnień wyborów konsumenckich pozwala nam na lepsze zrozumienie decyzji uczestników badania.

W badaniach identyfikujemy dwa dodatkowe obszary wiedzy: identyfikujemy stopień rozpoznawalności produktów i usług (wskaźnik świadomości marki), ustalamy poziom lojalności wobec producentów oraz usługodawców.



Licencja na Godło

Zgodnie z zasadami Programu, każdy z Laureatów i Wyróżnionych, podejmując współpracę z Organizatorem, polegającą na odpłatnej promocji prasowej na łamach *Strefy Gospodarki* ogólnopolskiego, niezależnego dodatku dystrybuowanego wraz z *Dziennikiem Gazetą Prawną*, otrzymuje możliwość bezterminowego posługiwania się godłem promocyjnym KONSUMENCKI LIDER JAKOŚCI 2016.

WYBIERAJ TO
CO NAJLEPSZE!

W zależności od zajętego miejsca może otrzymać następujące godło: złote, srebrne, brązowe bądź wyróżnienie. Promowanie się godłem KONSUMENCKI LIDER JAKOŚCI 2016 jest doskonałą inwestycją w dalszy dynamiczny rozwój oraz rozpoznawalność marki.

W założeniu, inwestycja ta ma przełożyć się na wzrost sprzedaży produktu nagrodzonego i oznaczonego godłem KONSUMENCKI LIDER JAKOŚCI 2016.



Pórba i jej dobór

Każda kolejna edycja badania realizowana jest na większej próbie badawczej. Na przestrzeni trzech edycji liczebność próby zmieniała się z 1692 do 11571 respondentów w tegorocznych badaniach. W badaniach terenowych, gdzie mamy bezpośredni kontakt z respondentami, uczestniczy regularnie 900 respondentów.

Badanie w wersji on-line sięga po wiedzę i opinie użytkowników internetu. Kwalifikacja uczestników badań jest zgodna ze strukturą ludności Polski opisaną przez GUS w roku 2011. Jediną różnicę stanowi ograniczenie grupy wiekowej na kategorii 64-latków.

Metodą doboru do próby była metoda kwotowa i celowa. Przy konstrukcji próby wzięty został rozkład ludności Polski wedle wieku i płci opracowany przez GUS w 2011 roku. Dobór lokalizacji na realizację badań miał charakter dwustopniowy. Populację podzielono na dwa segmenty: wielkomiejski (miasta powyżej 500 tysięcy mieszkańców) oraz miejski (miasta do 499 tysięcy mieszkańców).

Respondenci zakwalifikowani do badania i rekrutowani w dużych miastach Polski (pierwszy segment) pochodzili z następujących miast: Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław. W roli ośrodków miejskich wystąpiły: Gdańsk, Gdynia, Katowice, Szczecin.

wiek	ogółem	kobiety	mężczyźni
15-24	2903	1422	1481
25-34	3655	1791	1864
35-44	2339	1146	1193
45-54	1466	733	733
55+	1208	640	568
Suma	11571	5733	5838
Próba badawcza: 11571			



wiek	kobiety	mężczyźni
15-24	49%	51%
25-34	49%	51%
35-44	49%	51%
45-54	50%	50%
55-65	53%	47%

Źródło: GUS 2011



Metody badawcze

Projekt z roku na rok ewoluuje. W kolejnych edycjach zastosowano coraz bardziej zaawansowane metody realizacji badań opinii i analizy danych. Jako nadrzędna zastosowana w badaniu jest idea *metodologii mixed-methods*.

Wybrane podejście zastosowano na kilku etapach realizacji projektu. Stosując strategię *mixed-methods* zbudowano reprezentację marek w danej kategorii produktowej (sięgając po wiedzę ekspertów z danych dziedzin); w badaniach pilotażowych zidentyfikowano poziom *usability* wypracowanych narzędzi badawczych oraz trafność zastosowanych opisów; na etapie analizy danych zbudowano klasyfikator dla danych nieustrukturyzowanych (zastosowano metody z obszaru quan i qual).

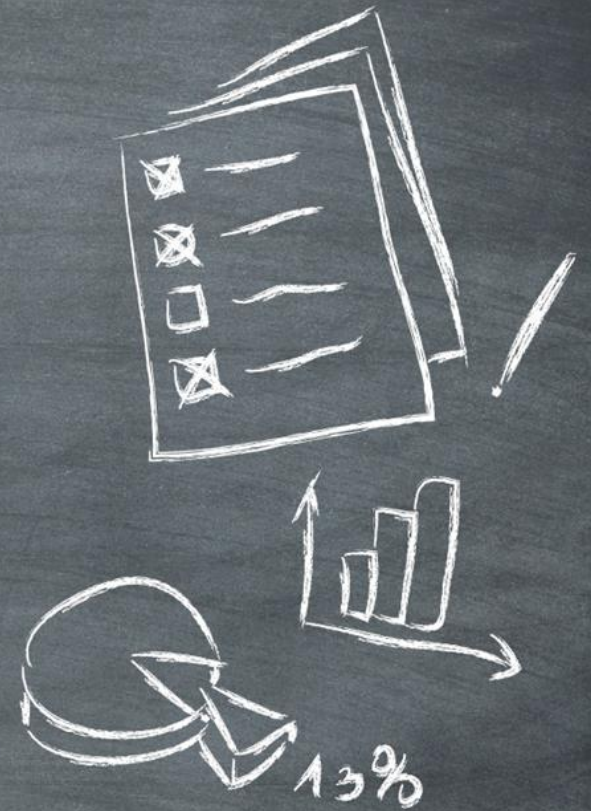
W V edycji badania w 2016 roku zastosowano następujące metody badawcze:

1. Badania kwestionariuszowe:

badanie eksperckie dotyczące kwalifikacji marek w kategoriach produktowych,
badanie pilotażowe na losowo wybranej grupie konsumentów,
badanie *face-to-face* z konsumentami,
ankieta pilotowana z udziałem badacza.

2. Badanie opinii poprzez CAWI:

Badanie przeprowadzone za pośrednictwem kanału on-line. Respondenci kwalifikowani są do badania ze względu na: wiek, płeć i miejsce zamieszkania. Uczestnicy badania spełniają kryteria próby zbudowanej o logikę doboru celowego, kwotowego.



Kategoria: DROGERIE INTERNETOWE

Co sprawiło, że marka **wizaz24.pl** została uznana za Lidera Jakości?
(wypowiedzi respondentów)

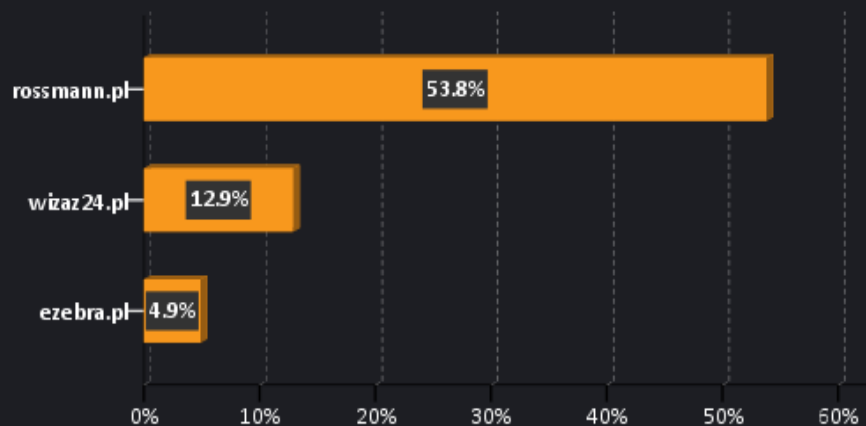
Uzasadnienia - **wizaz24.pl**

- Bo oprócz produktów mają również forum gdzie można się dowiedzieć czy dany produkt jest odpowiedni dla nas
- Marka będąca na rynku od wielu lat
- Mają dobre forum internetowe dotyczące produktów

Skojarzenia - **wizaz24.pl**

- Przystępne ceny
- Szybkie zakupy
- Dobre forum

PROCENTOWY ROZKŁAD GŁOSÓW:



ZNAJOMOŚĆ MARKI

	Udział
rossmann.pl	78.8%
wizaz24.pl	33.8%
strefaurody.pl	17.7%
ezebra.pl	15.7%
alledrogeria.pl	15.7%
superkoszyk.pl	12.1%
maxdrogeria.pl	8.1%
cocolita.pl	7.6%
urodomania.com	7.1%
nocanka.pl	6.6%
bodyland.pl	6.6%
wispol.eu	3.5%
paatal.pl	3.5%



Wśród laureatów poprzednich edycji znaleźli się m.in.:

Strefa  **Gospodarki**
BIZNES MAGAZYN

