

TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁS ÉS VÁLLALATI REPUTÁCIÓ

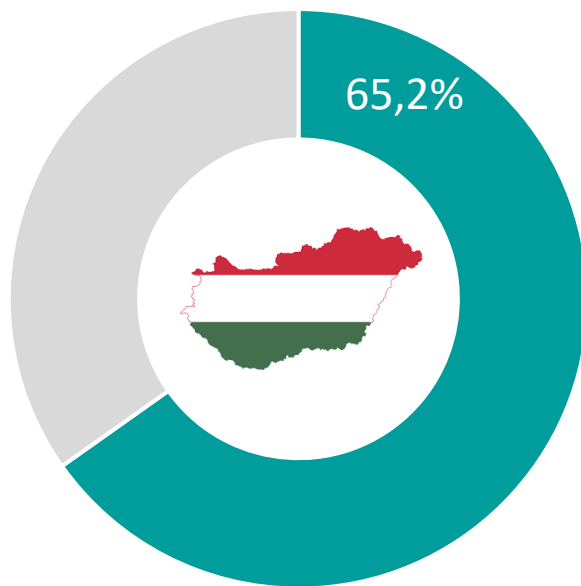
Kutatási ajánlat

2021. szeptember

GAME CHANGERS



„A környezetünk
védelme és a klímaváltozás
megállítása az emberiség
legfontosabb feladata jelenleg.”



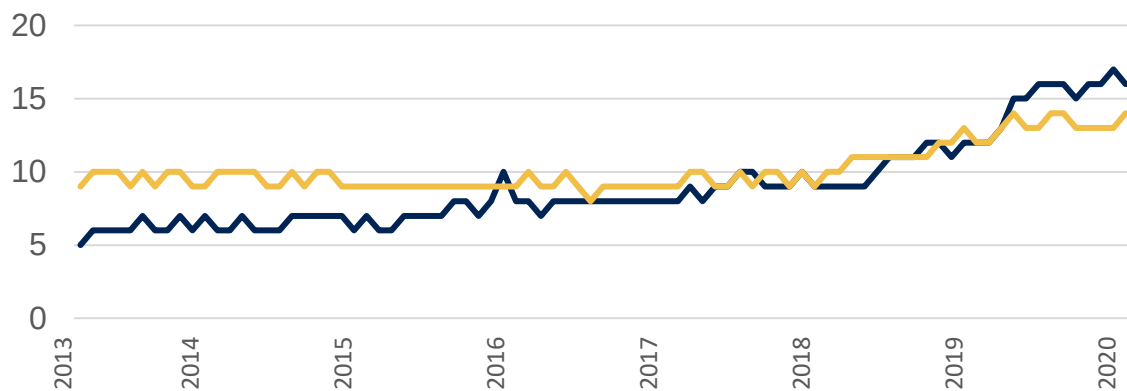
Egyetértők aránya %

Forrás: Ipsos alapozó kutatás, 2021. szeptember, N=1.000 fő



A KÖRNYEZETTEL KAPCSOLATOS AGGODALMAK ERŐSÖDÉSE

Ipsos What Worries the World kutatássorozat



„Mi tölti el leginkább aggodalommal?” – % említés, 29 ország átlaga

— Klímaváltozás — Környezetszennyezés

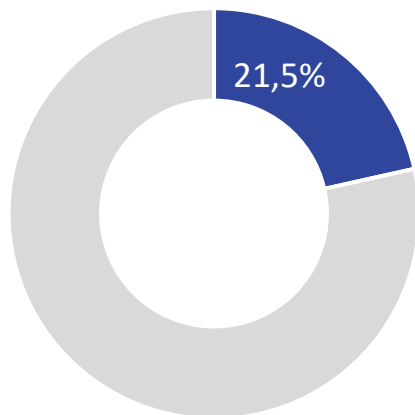
Ipsos Ipsos Earth Day 2021

		VS 2014
A sok csomagolással rendelkező termékek kerülése.	56%	+2
Új termékek vásárlása helyett például a már meglévők megjavítása, használt termékek vásárlása.	51%	+4
Energiatakarékosság otthon, például szigeteléssel vagy a világítás kikapcsolásával.	48%	+3
Az üveg, a papír, a műanyag és egyéb anyagok újrahasznosítása.	48%	+1
Autó vagy motorkerékpár helyett séta, biciklizés vagy tömegközlekedés választása.	45%	+7
A légitözlekedés kerülése, egyes repülőutak helyettesítése buszos vagy vonatutakkal.	43%	+4

„Mennyire valószínű, hogy egy éven belül megtenné a következő változtatásokat?” % valószínűség, 12 ország átlaga

A világ lakossága egyre jobban figyel a társadalmat és a természetet fenyegető problémákra, és a piaci szereplők lépéskényszerbe kerültek.

A magyar fogyasztók mindössze ötöde hiszi el, hogy a vállalatok őszintén tenni akarnak a fenntarthatóság érdekében.



Az Ipsos egy szindikált kutatás lehetőségét kínálja fel, amely révén ügyfeleink célzottan, saját igényeikre szabva, versenytársaikhoz alkalmazkodva tervezhetik meg hiteles CSR stratégiájukat.



AZ IPSOS STARTÉGIÁT TÁMOGATÓ KUTATÁSA

Az Ipsos szindikált kutatásával segít az irányok meghatározásában. Elérhető kutatási modulok:

Online kérdőíves kutatás ALAP KÉRDŐÍV

Strukturált, nyitott és zárt kérdéseket egyaránt tartalmazó, valódi felhasználói élményt garantáló online kérdőívek, amelyek mobil eszközök segítségével is könnyedén kitölthetők az Ipsos minőségi válaszadói paneljének tagjai által.

* A Populáció.hu válaszadói közösség részletes minőségi sztenderdjéről és a panel felépítéséről érdeklődjön kapcsolattartójánál!

Online kérdőíves kutatás EXKLUZÍV KÉRDÉSEK (opcionális)

Az exkluzív rész lehetőséget biztosít a versenytársak számára nem elérhető piacvizsgálatra. Az egyedi blokk tartalma és felépítése az ügyféllel egyeztetve kerül kialakításra.

Kvalitatív fázis (opcionális)

Az ügyfél különböző beosztásban dolgozó kollégái közelről is megismerhetik a vásárlójukat egy kvalitatív vizsgálat révén, továbbá lehetőség nyílik egyes kiválasztott témák részletes kiértékelésére. A kvalitatív vizsgálat tartalma, felépítése és a pontos célcsoport az ügyféllel egyeztetve kerül kialakításra.

KVANTITATÍV MÓDSZERTAN

A társadalmi felelősséget a vállalat üzleti tevékenységének részeként kell meghatározni és figyelemmel lenni rá. Az értékrend a vállalat identitásában kell, hogy gyökerezzen, és ezen a módon kell mutatkoznia a marketing aktivitásban.

Az Ipsos 5 kulcsfontosságú dimenziót tárt fel, ahol a társadalmilag felelős vállalatoknak stratégiájukat meg kell határozniuk. A kutatás ezeket a területek vizsgálja:

- KÖRNYEZET
- TÁRSADALOM
- ÜGYFELEK
- MUNKAVÁLLÓK
- SZÁLLÍTÓK

A kutatás módszere:

- CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) az Ipsos saját válaszadói paneljén
- N=1.000 fő bevonásával
- 20 perc hosszúságú, zárt és nyitott kérdéseket tartalmazó kérdőív segítségével
- A minta reprezentálja a 18+ éves magyar internetező lakosságot nem, kor, településtípus és régió szerint

A KÉRDŐÍV FELÉPÍTÉSE

A kvantitatív piacvizsgálat két részre oszlik

ÁLTALÁNOS RÉSZ

A kutatás általános része foglalkozik a társadalmi felelősségvállalás területén tapasztalható trendekkel:

Mi a lakosság magatartása és attitűdje magával a témával szemben, és hogyan érzékelik azt az emberek a nagyvállalatok kontextusában?

A kutatás itt szerzett tapasztalatait, részletes eredményeit valamennyi együttműködő partnerünkkel megosztjuk.

EXKLUZÍV BLOKK

A kutatás egyedi szakasza foglalkozik partnereink társadalmi felelősségvállalásával és általános hírnévével.

Miért és milyen mértékben terheli vállalatát társadalmi felelősség a lakosság szemében? Milyen hatása van a vállalat általános hírnevére?

Az exkluzív részben minden ügyfél 2 versenytársat választhat ki összehasonlításra, 2 projektet / tevékenységet értékelhet és 2 ad-hoc kérdést tehet fel a mintát képező lakossági alanyoknak.

AJÁNLATUNK ÉS SZAKÉRTŐINK

Online kérdőíves kutatás

Standard csomag (alap kérdőív):

N=1.000 fős reprezentatív minta

CAWI módszertan

Kutatási riport és adatbázis

Szakértői összefoglaló, javaslatok

Időigény: kb. 6 hét az adatfelvétel elindításától

■ 890.000 Ft + ÁFA

* exkluzív blokk (plusz kérdések) és kvalitatív fázis egyedi árazás alapján



Földes Annamária
CX Research Director
+ 36 70 276 0011
Annamaria.Foldes@ipsos.com



Skandera Nikolett
Channel Performance Team Leader
+ 36 30 836 3435
Nikolett.Skandera@ipsos.com



Balogh Sára
Qualitative Research Director
+ 36 20 911 4533
Sara.Balogh@ipsos.com

MIÉRT AZ IPSOS?



ERŐS SZAKMAI ÉS MÓDSZERTANI TUDÁS

A kutatáshoz dedikált csapat magas szakmai tudással rendelkezik, munkatársaink a kutatás szempontjából releváns tudományterületekről érkeztek.



RUGALMASSÁG, KREATIVITÁS

Rugalmasan használjuk fel az Ipsos tudásközpontja által fejlesztett módszereket, hogy azok maradéktalanul illeszkedjenek ügyfeleink speciális igényeihez.



MAGAS MINŐSÉGI STANDARDOK

A kutatás minden fázisa magas minőségi standardokat követ és folyamatosan ellenőrzésre kerül.



ÜGYFÉLBARÁT ELEMZÉSI KERETEK

Az eredményeinket olyan elemzési keretekben mutatjuk meg az ügyfeleink számára, hogy ajánlásaink könnyen és azonnal átfordíthatók stratégiai lépésekbe.



* IPSOS ZRT.
CLIENT SATISFACTION MEASUREMENT

A LEGINNOVATÍVABB KUTATÓVÁLLALAT
2019 / 2020 / 2021 – GRIT REPORT-GREENBOOK



FŐBB REFERENCIÁINK



AZ IPSOSRÓL

Az Ipsost 1975-ben Didier Truchot alapította Párizsban. Mára a világ harmadik legnagyobb piackutató cége, globálisan 90 országban van jelen és több mint 18.000 munkavállalót foglalkoztat. Kollégáinkat öt érték iránti elkötelezettség köti össze: tisztesség, kíváncsiság, együttműködés, az ügyfél mindenek előtt, vállalkozói szellem. Ezeket az értékeket napi szinten szem előtt tartani azt is jelenti, hogy vállalati kultúránkat ügyfeleink, sőt szélesebb körben az egész társadalom felé is hirdetjük. Alapelveink jól összefoglalják meggyőződésünket és elkötelezettségünket, és egyben meg is különböztetnek a piac többi résztvevőjétől.

Közös bennünk, akik az Ipsosnál dolgozunk, hogy szenvedélyesen érdekelnek minket az emberek, a piacok, a márkák és a társadalom. Segítünk megérteni a minket körülvevő bonyolult és komplex világot, így ügyfeleink okosabb, bátrabb és gyorsabb döntéseket tudnak hozni. Világszerte több mint 5.000 ügyfelünket szolgáljuk ki összesen 75 különböző kutatási megoldásunkkal.

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Rohamosan változó világunkban soha nem volt még nagyobb szükség megbízható információkra, hogy határozott döntéseket tudjunk hozni.

Az Ipsosnál azt valljuk, hogy ügyfeleinknek nemcsak egy adatszolgáltatóra van szükségük, hanem egy olyan partnerre, aki pontos és releváns információkkal tud szolgálni, amelyek alapján cselekedni lehet.

Éppen ezért szakértőink amellett, hogy a lehető legpontosabb mérésekkel tudnak szolgálni, ezeket a méréseket képesek a társadalom, a piac és az emberek valódi megértésére is átfordítani.

Ennek érdekében a tudomány, a technika és a know-how legjavát vetjük be, miközben a biztonság, az egyszerűség, a gyorsaság és a tartalmasság elveit szem előtt tartva járunk el minden téren.

Mindezt azért, hogy ügyfeleink gyorsabban, okosabban és bátrabban tudjanak cselekedni.

Végső soron a siker egy egyszerű igazsággént jellemezhető:

[MAGABIZTOSAN JOBB DÖNTÉSEKET HOZUNK](#)

**BE
SURE.
ACT
SMARTER.**

GAME CHANGERS

