

Piackutatási divíziók azaz a jövő piackutatásai

Ahogy fejlődik az informatika, a kommunikáció és fejlődnek az információ technológiai eszközök, úgy szükség van a piackutatási eszközök folyamatos fejlesztésére is.

Az elmúlt időszakban egyre többen, egyre szélesebb körben ismerik fel a piackutatás és azon belül az online piackutatás előnyeit, ezért az egyes technológiák is egyre gyorsabban fejlődnek.

A piackutatáshoz használható eszközök és szoftverek tárháza egyre bővül annak érdekében, hogy a közeljövőben még könnyebben szerezhessenek a vállalkozások személyre szabott információkat a piaci szereplőkről, a vásárlókról, az igényekről. A fejlesztőmérnökök, a programozók és a piackutatással foglalkozó szakemberek is hatalmas lehetőséget látnak az okostelefon alkalmazásokba. Az új generáció mindennapi életében ugyanis kulcsfontosságúak a mobilkommunikációs eszközök, ezért ezek bevonása hatalmas áttörés lehet a fogyasztási igények felmérésében, illetve a piackutatási lehetőségek kiaknázásában.

A nem is olyan távoli jövőben különféle piackutatási applikációk segítik majd ezt a fontos marketing tevékenységet. Ennek köszönhetően a felhasználó nem fog bajlódni kérdőívek kitöltésével, hiszen a telefonjáról az applikáción keresztül automatikusan érkeznek majd a fontos információk.

Hatalmas lehetőség rejlik még az úgynevezett geolokációs, eseményalapú felmérésekben is. Ez a technológia ugyan még gyerekcipőben jár, de a sikerét és hatékonyságát már sejteni lehet. Ezzel az új lehetőséggel az eddig elérhetetlen társadalmi, fogyasztói rétegekhez is eljuthatunk. Komoly sikert hozhat például az IP cím nyomkövetésére épülő technológia is. Ez lehetőséget biztosítana arra, hogy adatokat gyűjthessünk a fogyasztókról vagy akár fogyasztói profilokat készítsünk.

-MCOnet-