

Atelier: Tehnici de cercetare calitativă

cu aplicabilitate în procesul de dezvoltare de produse și servicii inovative

Obiectiv 1 : Definierea unui concept de produs (structură, ingrediente ale unui concept de succes, testare & validare etc).

Obiectiv 2 : Identificarea și înțelegerea segmentelor de clienți cărora ne adresăm (date demografice, lifestyle, comportamente etc.), precum și integrarea acestor informații în decizii strategice.

Obiectiv 3 : Tehnici de inovare & generare de idei ca suport în identificarea de oportunități. Definierea a ceea ce înseamnă insight.



Trainer: Mirela Bâlcă

A absolvit Facultatea de Psihologie, în cadrul Universității București. Lucrează în cercetare de piață încă din anul 2000, capitalizând o experiență bogată în coordonarea și implementarea de proiecte de cercetare. De-a lungul timpului, a moderat sute de discuții cu clienți/ consumatori/ useri, aplicând diverse abordări – clasice, creative, digitale etc. Are experiență vastă pe majoritatea piețelor, însă principalele arii de expertiză vizează industriile Healthcare, Financial, Retail & FMCG. A făcut parte totodată din echipa de sales a uneia dintre cele mai importante companii globale de research, ocupând poziția de business developer. Acest rol a adus-o mai aproape de strategiile și provocările a numeroși clienți cu nevoie de research. În prezent, este senior partner în cadrul Mind the Gap Consultancy, agenție specializată în cercetare de piață calitativă și consultanță de business.



Trainer: Adriana Slăviteșcu

A absolvit Facultatea de Sociologie, în cadrul Universității București. Are o experiență de peste 9 ani în cercetarea de piață, petrecuți atât în interiorul uneia dintre cele mai mari companii de cercetare, dar și de partea Clientului, în industria media. De-a lungul timpului, a coordonat diverse tipuri de proiecte: U&A, testare de concept, studii de satisfacție, evaluare de brand, re poziționare & rebranding etc. De asemenea, a lucrat pentru diverse industrii: FMCG, Retail, Telecom & Technology și, în mod special, Media & Entertainment. A ocupat, de asemenea, poziția de brand manager, experiență care a ajutat-o să obțină o înțelegere profundă a nevoilor de business și, de asemenea, să fie aproape de branduri și să se implice în decizii strategice legate de dezvoltarea lor. În prezent este senior partner în cadrul Mind the Gap Consultancy, agenție specializată în cercetare de piață calitativă și consultanță de business.