

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Badania rynku, czyli skąd firma wie, że co lubimy?

mgr Zuzanna Minga

Katedra Marketingu / Uniwersytet Gdański

Politechnika Gdańska

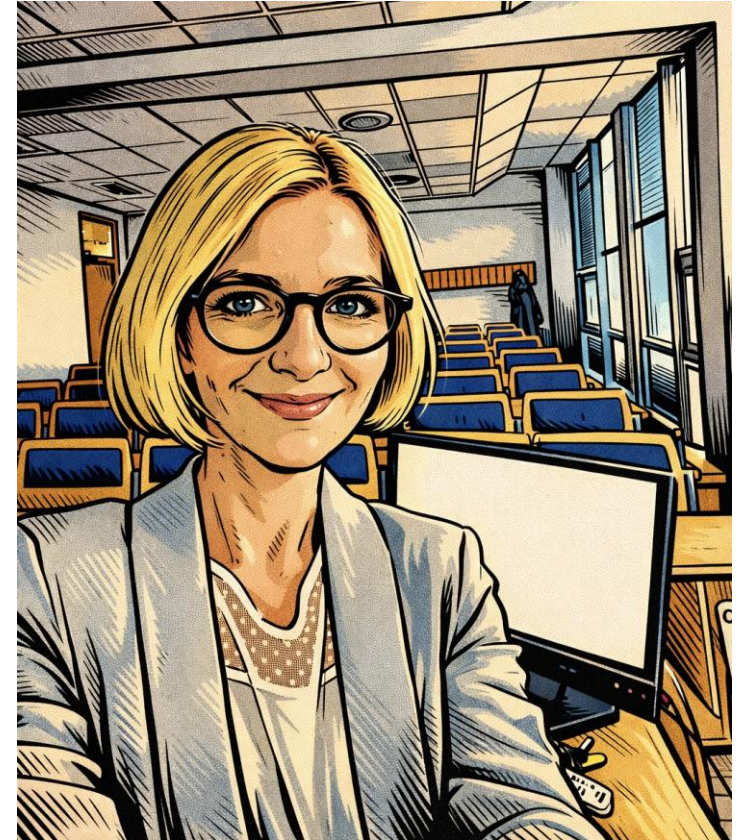
Data: 21.05.2026 r.



O mnie

Zuzanna Minga

- Jestem wykładowcą na Uniwersytecie Gdańskim.
- Uczę zarządzania i marketingu.
- Pomagam firmom układać strategię biznesową.
- Nie cierpię gotowanej marchewki 😊



Dzisiaj porozmawiamy o tym:



BADANIA RYNKU
SKĄD FIRMY WIEDZA, CO KLIKAMY, OGLĄDAMY I KUPUJEMY?
AGENDA

1 CZY APLIKACJE NAPRAWDĘ NAS ZNAJĄ?
Skąd TikTok wie, co lubię?
? ? ? ? ?

2 CZYM SĄ BADANIA RYNKU?
Firmy badają ludzi, żeby lepiej zrozumieć ich potrzeby.

3 JAK FIRMY ZBIERAJĄ INFORMACJE?
ANKIETY OBSERWACJE
APLIKACJE MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE
ZAKUPY ONLINE TESTY PRODUKTÓW

4 TIKTOK, NETFLIX I ALGORYTMY
Aplikacje analizują to, co oglądamy i klikamy, i pokazują nam więcej podobnych treści.

5 BADANIA IŁOŚCIOWE – LICZENIE ODPOWIEDZI
Pytamy dużo osób i liczymy odpowiedzi.
Który smak wybierasz?
50% 30% 20%
Liczby pokazują, co wybiera większość.

6 BADANIA JAKOŚCIOWE – POZNAWANIE OPINII
Chcemy zrozumieć DLACZEGO coś się podoba lub nie.

7 FOCUS GROUP I WYWIADY
Co myślicie? Co byście zmienili? Co Wam się podoba?

8 JAK TESTUJE SIĘ NOWE PRODUKTY I REKLAMY?
Firmy testują różne wersje produktów, opakowań i reklam, żeby sprawdzić, co działa najlepiej.
A Która reklama lepsza? B
VS

9 MINI WARSZTAT BADACZY RYNKU
Wymyślamy pomysł, tworzymy pytania i badamy innych!

10 QUIZ I PODSUMOWANIE
Sprawdźmy, czego się dziś nauczyliśmy!

BADACZE RYNKU W AKCJI!
DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!

Skąd firmy wiedzą, co klikamy, oglądamy i kupujemy?



Pytanie do Was:



Kto korzysta z TikToka?



Pytanie do Was:

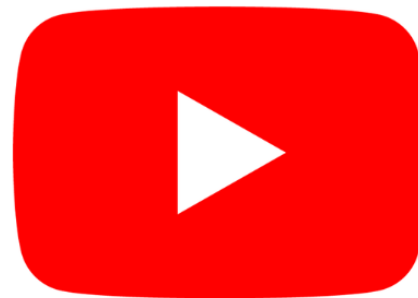
Kto gra w Roblox lub Fortnite?



Pytanie do Was:



Kto ogląda Netflixa lub YouTube?



Pytanie do Was:

**Dlaczego te aplikacje tak dobrze wiedzą,
co nam się spodoba?**



Czy aplikacje nas „podstuchują”? 👁️

Czy mieliście kiedyś sytuację, że rozmawiacie o czymś... a potem widzicie reklamę tego produktu?

Przypadek czy marketing?



Wyjaśnienie:

Firmy zwykle nie czytają w myślach.

Ale analizują min.:

- co i kiedy oglądamy,
- co klikamy,
- przy czym zatrzymujemy ekran,
- co lajkujemy.



➔ To są dane marketingowe zbierane dzięki algorytmowi.

Jak działa algorytm?

Algorytm analizuje:

- co oglądamy
- ile czasu oglądamy
- przy czym się zatrzymujemy
- z biegiem czasu zacznie nam dopasowywać treści na podstawie tych obserwacji



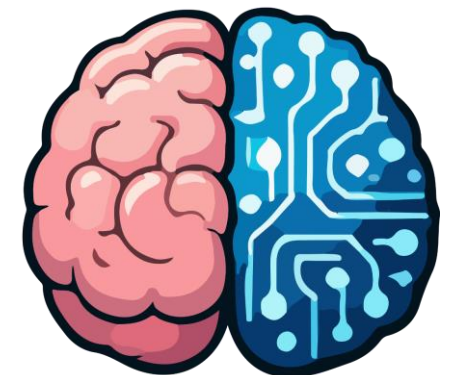
Mapa psychologiczna algorytmu

15-20 sekund oglądania - analiza reakcji:

Algorytm analizuje zachowanie użytkownika.

Sprawdza np.: czy obejrzałeś film do końca, czy zatrzymałeś przewijanie, czy polubiłeś film, czy udostępniłeś, czy obejrzałeś drugi raz.

Na tej podstawie algorytm uczy się Twoich preferencji.



Czym są badania rynku?

Badania rynku pomagają firmom sprawdzać i przewidywać:

- co ludzie lubią,
- czego nie chcą,
- co może stać się modne,
- co warto sprzedawać.



Przykład:

Zanim pojawi się nowy smak napoju albo nowa skórka w Fortnite - firmy często najpierw badają reakcje ludzi.

Jak firmy zbierają informacje?



- ankiety
- wywiady
- social media
- obserwacje
- testy produktów



Badania ilościowe



Czyli: Badanie oparte na liczbach.

Wyjaśnienie:

Firma pyta **DUŻĄ** grupę wybranych osób o ulubiony produkt poprzez ankietę.

Np. „Który smak wybierasz?”

Potem liczy wyniki i analizuje aby wypuścić na rynek najlepszą opcję.

BADANIA ILOŚCIOWE W MARKETINGU

LICZYMY ODPOWIEDZI, ŻEBY POZNAĆ TRENDY!

1. ANKIETA

Pytamy dużo osób te same pytania.

Który smak napoju podoba Ci się najbardziej?

Truskawka 

Mango 

Limonka 

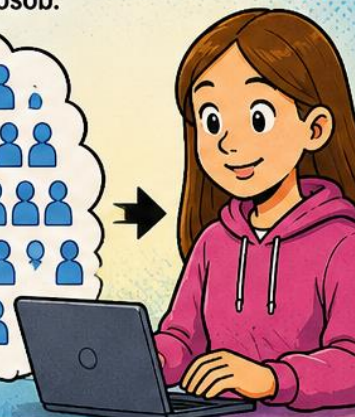
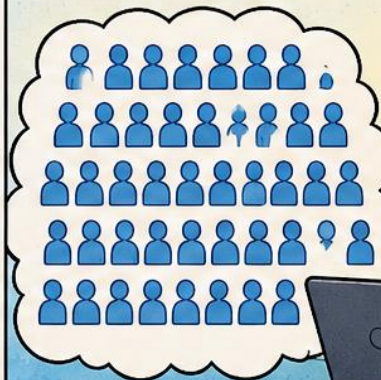
Cola 

WYŚLIJ



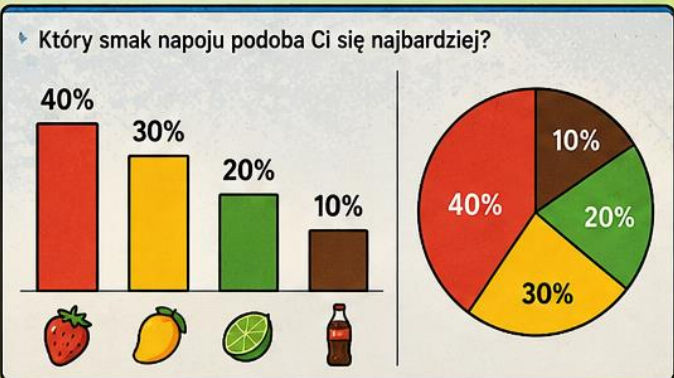
2. ZBIERANIE DANYCH

Zbieramy odpowiedzi od setek lub tysięcy osób.



3. ANALIZA WYNIKÓW

Liczymy odpowiedzi i zamieniamy je na liczby i wykresy.



4. WNIOSKI

Na podstawie liczb wiemy, co podoba się większości.



5. DECYZJA

Firma podejmuje decyzje na podstawie danych.



BADANIA ILOŚCIOWE = DUŻA GRUPA + LICZBY + WYKRESY



DZIĘKI TEMU FIRMY PODEJMUJĄ LEPSZE DECYZJE!



Przykład badań ilościowych

McDonald's chce wprowadzić nowy deser na rynek w Polsce.





Robi ankietę wśród 1000 osób w Polsce proponując 3 nowe smaki:

- 520 wybiera Oreo 🍪
- 300 karmel 🍮
- 180 truskawkę 🍓

Wniosek: Najwięcej osób wybrało Oreo.

➔ Firma uznaje, że ten smak ma największe szanse sprzedaży w tym sezonie.

Ilu z Was wybiera.....

- batonik o smaku pizzy 
- chipsy kebab + mango 
- cola popcorn 
- lody majonezowe 

Badania jakościowe



Czyli: poznajemy czyjaś opinię i jego emocje

Wyjaśnienie:

Tutaj nie chodzi o liczenie. Chodzi o zrozumienie np:

- dlaczego ktoś by to kupił,
- co go w tym denerwuje,
- co wywołuje jego emocje i jakie,
- czy poleciliby produkt innym?

BADANIA JAKOŚCIOWE

FOCUS GROUP W MARKETINGU

NIE LICZYMY ODPOWIEDZI.
POZNAJEMY OPINIE
I ZROZUMIEĆ DLACZEGO!

1. PLANOWANIE

Firma wybiera temat i zaprasza odpowiednie osoby do rozmowy.



Szukamy osób, które pasują do naszej grupy (np. 12-14 lat, lubią napoje).

2. SPOTKANIE – FOCUS GROUP

Moderator prowadzi rozmowę z małą grupą (zwykle 6-8 osób).



Co sądzicie o tym smaku?
Co byście zmienili?
Co Wam się podoba,
a co nie?

3. ROZMOWA I PYTANIA

Uczestnicy mówią, co myślą i dlaczego tak uważają.



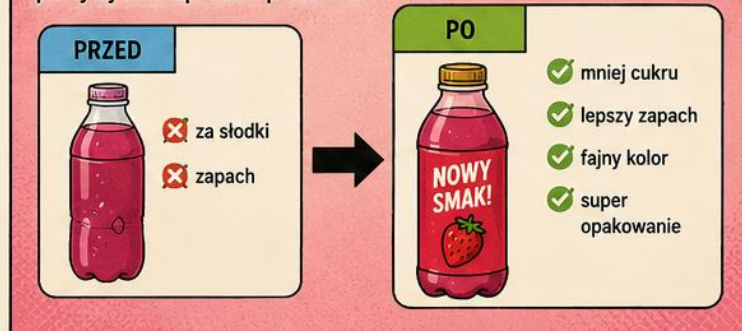
4. ANALIZA OPINII

Firma analizuje wszystkie opinie, szuka powtarzających się uwag i ważnych spostrzeżeń.



5. WNIOSKI I POMYSŁY

Na podstawie opinii firma tworzy pomysły na ulepszenie produktu.



6. DECYZJE

Firma podejmuje decyzje na podstawie zrozumienia ludzi, a nie tylko liczb.



Wybierz lepszą reklamę i wskaż dlaczego?

1



2



Wywiad indywidualny

Wyjaśnienie:

Czasem firma rozmawia tylko z jedną osobą. Jest do długa rozmowa ze specjalnie przygotowanymi pytaniami.

Po co? Żeby dowiedzieć się jak więcej szczegółów.

Przykład:

Producent nowej gry pyta min.:

- co najbardziej wciąga w tej grze?
- co cię nudzi?
- co jest fajne graficznie?
- czy wrócisz do tej gry?



Ciekawostka:

Netflix czasem pokazuje różnym osobom różne okładki tego samego filmu.

Dlaczego?

Bo bada:
**Co bardziej zachęca
do kliknięcia akurat w ten film?**



Zostańcie zespołem marketingowym

Zadanie grupowe - po 10 osób w zespole (czas pracy: 15 minut)

Każda grupa wybiera **TYLKO JEDEN** pomysł z tej listy i go wymyśla:

- ✓ nowy produkt
- ✓ nową aplikację
- ✓ nowy smak produktu
- ✓ nową usługę

Przykłady:

„TikTok dla zwierząt”, chipsy o smaku sushi 

⚠ Ważne: Nie wymyślcie wszystkiego naraz - wybieracie tylko jeden pomysł dla swojej grupy.



Zadanie badawcze

Każda grupa przygotowuje mini badanie marketingowe do swojego pomysłu:

2 pytania do badania ilościowego:

np.

- Czy kupiłbyś ten produkt?
- Jaką cenę wybrałbyś?

2 pytania do badania jakościowego:

np.

- Co ci się podoba?
- Co zmieniłbyś?



Każda grupa:

- przedstawia wszystkim swój pomysł,
- zadaje swoje pytania badawcze reszcie,
- zbiera odpowiedzi.

Czym są badania rynku?

Co robi TikTok z naszymi kliknięciami?

Ile osób może wziąć udział
udział w badaniu Focusowym?

Dlaczego firmy testują nowe reklamy?

Dziś dowiedzieliście się:

- jak firmy analizują zachowania ludzi
- skąd aplikacje wiedzą, co nas interesuje
- czym są badania ilościowe i jakościowe
- jak testuje się reklamy i produkty
- że marketing to trochę psychologia, trochę statystyka i trochę kreatywność

Od dziś patrzycie na reklamy i aplikacje jak prawdziwi badacze rynku. 😎

Dotarliśmy do końca!

