



# MindTitude™

Általános bemutató

# Miért MindTitude™?

What's going on  
inside your mind?



- Állandó dilemma, vajon mi jár a vásárlóink, fogyasztóink, ügyfeleink, munkavállalóink fejében?
- Mit gondol rólunk valójában?
- Miért szeret minket, vagy épp miért nem?
- Mivel tudjuk megtartani, vagy épp mivel veszítjük el őket?

Jó lenne olvasni az emberek gondolatait, és ismerni, mi mozgatja a cselekedeteiket...

**A MindTitude™** szoftver alapú technológia képes bizonyos folyamatokat előre jelezni, „olvasni” az emberek gondolataiban, és megmutatni valakihez, vagy valamihez való viszonyulásukat.

# A MindTitude™ háttere



- **A MindTitude™** kutatási technológiáját az elmúlt évtizedekben fejlesztettük ki és teszteltük magyar egyetemek pszichológiai, gazdasági, marketing és kommunikációs kurzusaival együttműködve (ELTE, Corvinus Egyetem és Pázmány Péter Egyetem).

- **A MindTitude™** képes több dimenziós attitűdkutatás, azaz vizsgálja az emberek válaszait affektív (emocionális), kognitív (ismereti) és konatív (viselkedéses) szinten is, úgy, hogy a különböző dimenziókat összeveti, és ok - okozati összefüggéseket tud megmutatni. A szoftver képes például feltárni a versenytárs erősségeit, gyengeségeit, valamint a vizsgált terméket összehasonlítva a versenytárséval rámutatni a vizsgált márká potenciális piaci lehetőségeire, vagy épp vezető hanyatlásának okaira.

# A MindTitude™ előnyei

Jellemzők	Eddig ismert kutatási módszerek	MindTitude™
Feldolgozás	min. 1-2 hét	Azonnali (real-time)
Ügyfélhozzáférés a kutatási anyaghoz	nincs	Saját accounttal az ügyfél bármikor (a kutatás alatt is) hozzáfér.
Részvételi arány	Általában 300-500 közötti	1000+
Kutatási szintek (mélység, összetettség)	Többnyire egy dimenziót vizsgál / nincs olyan összetett egyik módszer sem mint a MindTitude™	affektív, kognitív és konjunktív dimenziók egyidejű vizsgálata
Kitöltési idő	Min. 10+ perc	Max. 3-5 perc
Kutatási jelentés / eredmények	Általában előre elkészített papír és pdf alapú	Teljes anyag pdf-ben elérhető, ábrák, diagramok stb. kiexportálhatók
Költsége	Jellemző a magas ár, amit kis- és középvállalatok nem engedhetnek meg	Versenyképes ár, start-upok, KKV-k számára is kialakított csomagok

- 3 dimenziós kvantitatív SWOT-analízist készít a rendszer.
- A MindTitude™ vizsgálja az attitűdöket és azok dinamikáját is (attitűdök egymásra gyakorolt hatását) és a kognitív disszonanciát (egymáshoz kapcsolódó attitűdjeik közötti ellentmondást).
- A MindTitude™ rendelkezik egy ún. attitűd bankkal, melynek segítségével, minden mindennel összehasonlíthatóvá válik (mesterséges önfejlesztő intelligencia).
- A MindTitude™ további előnye, hogy a rendszerből könnyen kiexportálhatók a vizuális ábrák, diagramok, grafikonok, melyek könnyen értelmezhetők, az ügyfél könnyedén beillesztheti saját prezentációjába, riportjába. (értelmezési segédletet is talál a felhasználó).
- A rendszerben végzett korábbi kutatások egymással is összevethetők, így könnyen elvégezhetők a follow-up kutatások.

# Javasolt felhasználási területek

- A MindTitude™ igen sok területen hatékonyan alkalmazható.
- Nagy előnye, hogy a kutatásaink komparatívak.
- Olyan ok-okozati összefüggéseket képes a rendszer kimutatni, amire más kutatási módszerrel ez idáig nem volt lehetőség.
- A rendszer képes szegmentálni a válaszokat kor, nem, lakhely stb. szerint, és megmutatni, mely csoportok milyen módon viszonyulnak a vizsgált tárgyhoz (szemantikus differenciál skála).
- Azonosítható egy márka/termék/szolgáltatás stb. érzelmi, kognitív és viselkedéses súlyozása (image-formulá).
- Ezzel a módszerrel lehetőség van a vizsgált tárgyak emocionális hierarchiájának felállítására (attitűd bank használatával).
- Egy vizsgált szolgáltatás / márka vásárlói körében kimutatható pl. melyek a lemorzsolódás okai, illetve azonosíthatók a lemorzsolódók.

## Reklám, Marketing

- Imázs vizsgálat (termék, szolgáltatás, reklám, vagy személy esetében)
- „Jövő kutatás” (megmutatja egy új termék, reklám stb. fogadtatását)
- 360°-os vizsgálat (hol látja magát másképp a cég, mint a fogyasztója)
- Új piacra lépők (start-upok) részére fel tudjuk tárni a releváns célcsoportokat

## Public Relations

- A rendszer képes bizonyos problémákat, veszélyeket előre jelezni, melyre a szervezet rá tud készülni, el tudja kerülni, vagy meg tudja előzi.
- Politikai PR (az azonnali adatfeldolgozás miatt kiválóan alkalmazható a MindTitude™ ezen a területen is)

## Human Research

- Egy szervezeten belüli problémák feltárása és előrejelzése
- Motiváció, lojalitás eszközeinek detektálása (kinél mi működik, perszonalizálás)
- 360°-os vizsgálat (blind-spotok feltérképezése)

## Versenyárselemzés

- Saját márka összehasonlítása a versenytárs márkával, 3 dimenziós quantitativ SWOT analízissel
- Attitűdvizsgálat célcsoportok összehasonlítása szerint (kor, nem, lakhely stb.)

## Follow-up kutatás

- Korábban végzett más vizsgálatokkal történő összehasonlítás (attitűd bank használatával).
- Korábban végzett saját márkás kutatások nyomon követése, összevetése

# A MindTitude™ jellemzői

## Összefoglaló





# mindtitude™

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

TOVÁBBI INFORMÁCIÓÉRT LÉPJEN VELÜNK KAPCSOLATBA!



Qilaq  
SOLUTIONS

8623 Balatonföldvár  
Móricz Zs. u. 26/b/3  
+36 20 964 2839  
info@qilaq.hu