

Focus Bari

Η Focus Bari, Εταιρεία Ερευνών & Δημοσκοπήσεων αμιγώς ελληνικής ιδιοκτησίας, κατέχει από το 1988 ηγετική θέση στο χώρο των ερευνών MME στην Ελλάδα.

Εταιρεία

Η Focus Bari ιδρύθηκε το 1988 από εξειδικευμένους και καταξιωμένους επαγγελματίες της Έρευνας Αγοράς. Χάρη στα καινοτόμα, πρωτοποριακά ερευνητικά προϊόντα της, στην εξειδίκευση στις έρευνες MME, στην τεχνολογία και τις υποδομές της, στις διεθνείς συνεργασίες και στο μοναδικό στελεχιακό δυναμικό της, η Focus Bari αποτέλεσε από την έναρξή της μια από τις σημαντικότερες εταιρείες ερευνών στην Ελλάδα.

Αγορά

Ο κλάδος της Έρευνας Αγοράς (Market Research) είναι σχετικά πρόσφατος για τα ελληνικά δεδομένα. Ο θεσμικός φορέας της στην Ελλάδα, ΣΕΔΕΑ (Σύνδεσμος Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς), του οποίου η Focus Bari αποτελεί ιδρυτικό μέλος, ιδρύθηκε πριν από 20 χρόνια και σήμερα αριθμεί 25 μέλη. Στόχος του ΣΕΔΕΑ, ο οποίος λειτουργεί σύμφωνα με τα guidelines της ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research) είναι η τήρηση της διεθνούς δεοντολογίας, των κωδίκων και standards επαγγελματικής πρακτικής από όλα τα μέλη του, εξασφαλίζοντας στους χρήστες της έρευνας αγοράς στην Ελλάδα εγκυρότητα και αξιοπιστία.

Παράλληλα, ο ΣΕΔΕΑ αποτελεί επίσημο συνομιλητή με την Πολιτεία σε θέματα δεοντολογίας, guidelines για τη διεξαγωγή και δημοσίευση αποτελεσμάτων ερευνών MME και δημοσκοπήσεων Κοινής Γνώμης, καθώς και για θέματα Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων.

Στα πλαίσια της λειτουργίας της στην ελληνική αγορά, η Focus Bari δραστηριοποιείται ενεργά από το ξεκίνημά της με συστηματική συμμετοχή και προσφορά στα «κοινά» της ευρύτερης αγοράς της Επικοινωνίας και της Έρευνας Αγοράς. Οι επικεφαλής της Focus Bari διατελούν

από το 1996 μέλη του Δ.Σ. του ΣΕΔΕΑ, ιδρυτικά μέλη του ΙΕΠ (Ινστιτούτο Επικοινωνίας), του IAB Hellas (Internet Advertising Bureau), του Τομέα Ηγεσίας της ΕΕΔΕ, του ΙΑΓΜΕ (Τομέας Ανάπτυξης Γυναικών Managers και Επιχειρηματιών της ΕΕΔΕ), καθώς επίσης και σε αντίστοιχους διεθνείς οργανισμούς (EMRO-European Media Research Organizations, IMRS-International Media Research Society), αλλά και την Πανεπιστημιακή Κοινότητα.

Κύρια Επιτεύγματα

Η Έρευνα Μέσων Bari ξεκίνησε το 1988 με πρωτοβουλία και επένδυση της Focus Bari, ως η πρώτη, συνεχής, καθημερινή έρευνα Μέσων και Τρόπου Ζωής των Ελλήνων. Η επιτυχία της έρευνας αυτής ήταν άμεση και, από τον πρώτο κύκλο χρόνο λειτουργίας της, η Έρευνα Bari έγινε το «νόμισμα» της αγοράς για το Ραδιόφωνο. Το 1989 επεκτάθηκε και στη Θεσσαλονίκη, ενώ το 1990 έγινε Πανελλαδική, αποτελώντας το «νόμισμα» της αγοράς και για τον Πανελλήνιο Τύπο (εφημερίδες, περιοδικά).

Το 2005, η εξειδίκευση στην έρευνα Μέσων, καθώς και η εμπειρία και η ήδη 17ετής λειτουργία της έρευνας Bari Radio ως η «έρευνα νόμισμα» της αγοράς, οδήγησαν τη Focus Bari να αναδειχθεί νικήτρια στο διαγωνισμό της ΑΕΜΑΡ, του πρώτου θεσμοθετημένου JIC (Joint Industry Committee) στην Ελλάδα, για την Έρευνα Ακροαματικότητας Ραδιοφώνου Αττικής.

Η συνεχής επιτυχία της έρευνας Bari μέχρι σήμερα οφείλεται στον πρωτοποριακό σχεδιασμό της που καλύπτει τις ανάγκες κάθε Μέσου, στην άρτια οργάνωση της Focus Bari στον τομέα ερευνών Media, στην υιοθέτηση της κατάλληλης φιλοσοφίας και επικοινωνίας με τους χρήστες της έρευνας και στη συνεχή και συνεπή επανεπένδυση της Focus Bari σε αυτή την εξειδίκευση.

My success,
part of it
certainly,
is that I have
FOCUSed
in on a few things.

Bill Gates
Microsoft Founder

20 Χρόνια
Focus Bari

Από το 1989 κατέχει ηγετική θέση στο χώρο των ερευνών MME, διεξάγοντας για 20 χρόνια το "Industry Currency Survey" για τον Τύπο (BARI NRS) και το Ραδιόφωνο (Αττική, Θεσσαλονίκη, Περιφερειακά MME). Το 2005 η Focus Bari επικράτησε στο μόνο θεσμοθετημένο JIC Survey στην Ελλάδα για την Ακροαματικότητα Ραδιοφώνου Αττικής, ενώ η Focus Web iD, αποτελεί από το 1995 τη μόνη επίσημη Πανελλήνια offline Έρευνα για το Internet.

Σήμερα, η Focus Bari απασχολεί 50 μόνιμα στελέχη και 200 αποκλειστικούς ερευνητές, είναι η πρώτη σε τζίρο ελληνική εταιρεία Ερευνών, πρωτοπόρος στην υιοθέτηση αποκλειστικής τεχνολογίας για τη διεξαγωγή και επεξεργασία αποτελεσμάτων ερευνών αγοράς, ενώ παράλληλα αξιοποιεί ήδη το διαδίκτυο για έρευνες online κατά τα διεθνή πρότυπα.



1988

BARI RADIO ΑΘΗΝΑ: Έναρξη της καθημερινής Έρευνας Ακροαματικότητας Ραδιοφώνου στην Αθήνα.

1990

BARI ΤΥΠΟΣ NRS: Έναρξη της Πανελλήνιας Έρευνας Αναγνωσιμότητας Εφημερίδων & Περιοδικών.

1993

Η Focus λαμβάνει μέρος στην PES (Pan European Survey), Έρευνα Αναγνωσιμότητας Διεθνών Εντύπων, που περιλαμβάνει για πρώτη φορά την Ελλάδα.

1996

Η Focus εκπροσωπεί την Ελλάδα στο Ευρωβαρόμετρο Ποιοτικής Έρευνας για λογαριασμό της Ε.Ε. με 10ετές συμβόλαιο.

2000

WEB.ID: Έναρξη της πρώτης συνεχούς offline μέτρησης για το Internet στην Ελλάδα σε Πανελλήνια κλίμακα.

2003

BARI RELAUNCH: Έναρξη της διαδικασίας μετατροπής των ερευνών BARI σε ηλεκτρονικές μετρήσεις (CAPI - CATI).

Focus on the details and excellence will come.

20 Years

Focus Bari

Σήμερα, η Έρευνα Μέσων Bari της Focus Bari διεξάγεται με πρωτοποριακή τεχνολογία CAPI και CATI, απασχολεί καθημερινά 120 εργαζόμενους (30 στελέχη και 90 εξειδικευμένους ερευνητές), εξυπηρετεί και υποστηρίζεται από περισσότερους από 800 συνδρομητές-χρήστες του αποκλειστικού της software SESAME και δίνει πληροφορίες για πάνω από 1.900 τοπικά και πανελλαδικά MME.

Στοιχεία από την έρευνα BARI έχουν δημοσιευτεί σε πάνω από 500 παρουσιάσεις/άρθρα/ομιλίες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, ενώ είναι αναρίθμητο το πλήθος των δημοσιεύσεων στοιχείων και αναφορών στην έρευνα Bari εκ μέρους των MME για τη διαφήμιση και προβολή τους (ραδιοφώνια, περιοδικά, εφημερίδες).

Προϊόντα-Υπηρεσίες

Από το ξεκίνημά της, η Focus Bari ανέπτυξε δύο ισοδύναμους τομείς δραστηριότητας, εκείνον των ερευνών MME και εκείνον των ερευνών Marketing. Στα πλαίσια των ερευνών MME, η Focus Bari καθιερώθηκε από το ξεκίνημά της με την Έρευνα Μέσων BARI.

Στα πλαίσια των ερευνών marketing, η Focus Bari διαθέτει μια εξειδικευμένη, έμπειρη και δημιουργική ομάδα researchers, καθώς επίσης και τις υποδομές, τεχνολογία και τεχνογνωσία για τη διεξαγωγή οποιουδήποτε είδους tailor made έρευνας B2B, B2C, σε ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών και αντίστοιχων πληθυσμιακών ομάδων. Η συγκεκριμένη εξειδίκευση έχει εξασφαλίσει στην Focus Bari μακρόχρονες συνεργασίες με τους μεγαλύτερους πολυεθνικούς και τοπικούς διαφημιζόμενους.

Επιπλέον, στα πλαίσια της πρωτοπορίας, αλλά και της δραστηριότητας στις συνδρομητικές έρευνες, η Focus Bari έχει αναπτύξει μια σειρά από «ερευνητικά προϊόντα» με επιτυχία στην ελληνική αγορά, όπως τα εξής:

Focus Mobile: συνεχής έρευνα για τη διείσδυση, χρήση και συνήθειες των Ελλήνων σχετικά με την Κινητή Τηλεφωνία, από το 1993. Με 25.000 ετήσιο δείγμα 7-70 χρονών πανελλαδικά, η Focus Mobile επιτρέπει τη λεπτομερή παρακολούθηση του συνόλου και κυρίως όλων των υπο-segments ενδιαφέροντος μέσα στη μεγάλη και συνεχώς μεταβαλλόμενη αγορά της Κινητής Τηλεφωνίας.

Focus Web iD.: η μόνη επίσημη, πανελλαδική off line έρευνα που διεξάγεται σε συνεχή βάση από το 1995 και τελεί υπό την αιγίδα του

Παρατηρητήριου της Κοινωνίας της Πληροφορίας, σχετικά με τη διείσδυση και τη χρήση του internet από τους Έλληνες, αλλά και την επισκεψιμότητα των βασικών ελληνικών και

διεθνών sites/portals, το e-shopping, τα social networks, το blogging, κλπ.

Focus Bari Highlights: μια έκδοση της Focus Bari που απευθύνεται σε όλους τους top level επαγγελματίες του marketing, των Media και της επικοινωνίας. Ξεκίνησε τον Απρίλιο του 2006, εκδίδεται τρεις φορές το χρόνο και ενημερώνει με user-friendly τρόπο πάνω σε όλα όσα «πρέπει» να γνωρίζει ένας άνθρωπος των επιχειρήσεων γύρω από τον Έλληνα πολίτη-καταναλωτή: το βασικό «κάρτη» των MME, τις καταναλωτικές τάσεις, την εξέλιξη νοοτροπίας και το προφίλ του τρόπου ζωής των Ελλήνων.



Έρευνες AD HOC: Στα πλαίσια των ερευνών marketing, η Focus Bari διαθέτει μια εξειδικευμένη, έμπειρη και δημιουργική ομάδα researchers, καθώς επίσης και τις υποδομές, τεχνολογία και τεχνογνωσία για τη διεξαγωγή οποιουδήποτε είδους tailor made έρευνας B2B, B2C σε ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών, και αντίστοιχα πληθυσμιακών ομάδων. Η συγκεκριμένη εξειδίκευση έχει εξασφαλίσει στην Focus Bari μακρόχρονες συνεργασίες με τους μεγαλύτερους πολυεθνικούς και τοπικούς διαφημιζόμενους. Ταυτόχρονα, πιστή στις εξελίξεις, η Focus Bari ξεκινά από τον Ιανουάριο του 2010 την ενεργή διεξαγωγή ερευνών online, με τη χρήση εξειδικευμένης τεχνολογίας, αλλά και την τεχνογνωσία εκείνη που εξασφαλίζει την απαιτούμενη ποιότητα, αξιοπιστία και αντιπροσωπευτικότητα στο παγκόσμιο νέο αυτό είδος έρευνας καταναλωτών. Πρώτη μεγάλη συνεργασία της Focus Bari στο συγκεκριμένο τομέα, είναι η διεξαγωγή στην Ελλάδα του Metrolife Panel που διεξάγεται σε 10 χώρες της Ευρώπης όπως επίσης και σε Νέα Υόρκη, Βοστώνη, Φιλαδέλφεια των Η.Π.Α., καθώς και στον Καναδά.

Στα 21 χρόνια λειτουργίας της, η Focus Bari έχει σχεδιάσει και διεξάγει πληθώρα ερευνητικών projects σε ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών B2B και B2C, συνεργαζόμενη με σημαντικούς ελληνικούς και πολυεθνικούς οργανισμούς, ενώ μέσα στα τελευταία δύο χρόνια έχει επεκταθεί ενεργά και στον τομέα των πολιτικών δημοσκοπήσεων.

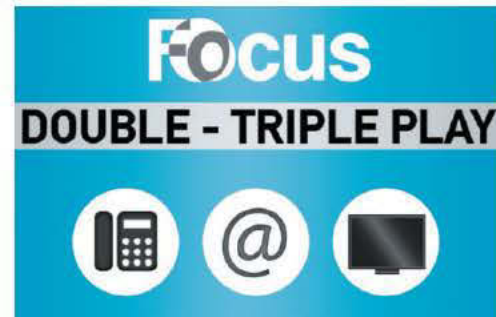
LEADER

Professional "Elite"
Media & Lifestyle

Πρόσφατες Εξελίξεις

Η Focus Double-Triple Play είναι μια πρωτοβουλία της Focus Bari η οποία ξεκίνησε στις αρχές Μαρτίου 2008 και αποσκοπεί στη συνεχή παρακολούθηση της ραγδαία αναπτυσσόμενης αγοράς των «πακέτων» Double-Triple Play στη χώρα μας. Πρόκειται για ένα value for money συνεχές ερευνητικό εργαλείο που βοηθά το

συνδρομητή / χρήστη της έρευνας να εντοπίζει έγκαιρα ευκαιρίες ή/και απειλές προκειμένου να μείνει «on top» της αγοράς και να αναδιαμορφώνει πλάνα και κινήσεις σύμφωνα με τις εξελισσόμενες τάσεις και τις συμπεριφορές του καταναλωτή.



Αξίες-Όραμα

Μια εταιρεία όπως η Focus Bari είναι ένας ζωντανός οργανισμός που παρακολουθεί και αναπτύσσεται σύμφωνα με τις διεθνείς και τοπικές εξελίξεις της αγοράς, της οικονομίας και της κοινωνίας. Για την Focus Bari η επιτυχία είναι αποτέλεσμα του οράματος και της στρατηγικής που υιοθέτησε από την αρχή, διατηρεί διαχρονικά και έχει ενστερνιστεί όλο το ανθρώπινο δυναμικό της.

Οι κεντρικοί άξονες αυτής της στρατηγικής που αποτελούν και τις βασικές «αξίες» της Focus Bari ορίζονται από τα εξής:

- Ανάπτυξη δραστηριοτήτων σε ερευνητικούς τομείς που παρουσιάζουν δυναμική.
- Σε βάθος κατανόηση και συνεχή ανίχνευση των αναγκών της αγοράς και κάλυψή τους με ευελιξία, προσαρμοστικότητα και σεβασμό του χρόνου και του ερευνητικού budget των πελατών.
- Παροχή υψηλής ποιότητας αξιόπιστης πληροφόρησης, με συνέπεια και επαγγελματισμό και με επιπλέον απώτερο στόχο τη συνολική ανάπτυξη και τήρηση υψηλών standards για ολόκληρο τον κλάδο.
- Ουσιαστική αξιοποίηση του εργαλείου που λέγεται «έρευνα αγοράς» με συμβουλευτική υποστήριξη και μετατροπή των ευρημάτων σε «οδηγούς» επιχειρηματικών αποφάσεων.

Η κεντρική φιλοσοφία της Focus Bari διέπεται από τις πιο πάνω αξίες και αντανακλάται πλήρως στο mission statement της εταιρείας:

«Η παροχή αξιόπιστων και ολοκληρωμένων στοιχείων επιστημονικής έρευνας αγοράς, μέσα από τη λεπτομερή 'φωτογράφιση' του Έλληνα καταναλωτή, με σεβασμό στο επιχειρείν των πελατών, της αγοράς και των διεθνών standards του κλάδου.»

www.focus.gr

Ίσως δεν γνωρίζατε ότι...

Στα 21 χρόνια λειτουργίας της, η Focus Bari έχει στο ενεργητικό της:

4.000+ ερευνητικά ad hoc projects

4.000.000 συνεντεύξεις στην Ελλάδα

8.000+ focus groups και 3.500+ in depth ατομικές συνεντεύξεις

1.200+ εκθέσεις αποτελεσμάτων στις συνδρομητικές έρευνες

600+ παρουσιάσεις και άρθρα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό

200+ ενεργές συμμετοχές σε τοπικά, πανευρωπαϊκά και διεθνή συνέδρια

2005

ΑΕΜΑΡ-BARI: Η Focus ανακηρύσσεται νικήτρια στο διαγωνισμό της ΑΕΜΑΡ-ΕΙΡΑ-ΕΔΕΕ για τη Μέτρηση Ακροαματικότητας Ραδιοφώνου Αττικής.

2007

Η Focus λανσάρει στην Έρευνα BARI το SESAME, πρωτοποριακό διεθνές Software για τους χρήστες όλων των ερευνών Media.

2008

DOUBLE-TRIPLE PLAY: Έναρξη της Πανελληνίας Έρευνας συνεχούς παρακολούθησης του broadband internet στην Ελλάδα.

2009

FOCUS-on-LINE: Ξεκινά η διεξαγωγή Ερευνών μέσω Διαδικτύου.