

COMPETENCY INSTITUTE Sp. z o. o.

Agencja badań strategicznych, działająca pod nazwą Experience Institute. Jej projekty badawcze skupione są na ewolucji produktów i usług z wykorzystaniem holistycznych metodyk projektowych typu design thinking, human center design. Realizuje badania ilościowe i jakościowe. Swoją wiedzę badawczą oraz insightami będącymi wynikiem zrealizowanych projektów wspiera firmy z przekroju gospodarki w projektowaniu i rozwoju usług. Od 4 lat współpracuje ze startupami jako partnerzy takich instytucji jak: Edtech Hub Accelerator, Accel Point, Edu Lab, Fundacja Przedsiębiorczości technologicznej, Fundacja Digital Knowledge Observatory. Ponadto prowadzi dwa ogólnopolskie programy badawczo certyfikacyjne (Firma Przyjazna Klientowi i Inwestor w Kapitał Ludzki) badające kluczowe czynniki budujące pozytywne doświadczenia Klientów i Pracowników. Zrealizowanie badań w ponad 800 organizacjach w ramach ww. programów pozwala na tworzenie wiedzy gotowej do implementacji w ramach innych projektów badawczych. Jest to rzetelny punkt odniesienia do wszystkich rekomendacji, które dotyczą badań Klientów oraz pracowników. Oba programy są obecne na polskim rynku od ponad 20 lat, od 4 lat Agencja jest operatorem i opiekunem merytorycznym programów, gdzie odpowiada za sprzedaż, promocję i realizację badań. Agencja zrealizowała ponad 1000 projektów w ramach badań ilościowych. Ukończyła ponad 200 projektów w ramach badań jakościowych. W swoim portfolio posiada zrealizowane projekty dla wielu startupów, między innymi: Nice To Fit You (firma rozwinęła się do pozycji jednego największych dostawców diet pudełkowych na polskim rynku. Zrealizowane badania ilościowe i jakościowe z obszaru Customer Experience), How2Edu (kolejna wersja portalu How2, kierowana do rynku edukacyjnego, zrealizowane projekty z obszaru User Experience), Prosta Edukacja (aplikacja pomagająca w edukacji osób z niepełnosprawnościami intelektualnymi).

Oferowane usługi:

- 1) Rynkowe badania eksploracyjne - poszukiwanie trendów, analiza grup docelowych, wyznaczenie kierunku rozwoju marek, kategorii i produktów, identyfikowanie nisz rynkowych, badania otoczenia konkurencyjnego, wyznaczenie przewag i słabych stron
- 2) Projektowanie i rozwijanie produktów i usług z wykorzystaniem metod warsztatowych Design Thinking. Proces design thinking uwzględnia następujące etapy:
 - a) Empatyzacja (zdobywanie wiedzy o grupie docelowej, poszukiwanie insightów produktowych. Realizacja badań jakościowych),
 - b) Definiowanie problemu (Zdefiniowanie punktu widzenia odbiorców rozwiązania, określenie jego wyzwań, problemów do rozwiązania),
 - c) Ideacja (generowanie pomysłów, scenariuszy idei),
 - d) Prototypowanie i testowanie (tworzenie makiet, badania UX, testowanie z użytkownikami, nanoszenie zmian na prototyp),
 - e) Planowanie wdrożenia (określenie MVP rozwiązania, harmonogram wdrożenia).
 - f) W zależności od poziomu zaawansowania projektu, współpraca może się zacząć zarówno na etapie pierwszym jak i czwartym.

- 3) Projektowanie mapy podróży Klienta - Customer Journey Map, projektowanie i badanie ścieżki klienta.
- 4) Badania UX, audyt ekspercki - spacer poznawczy i identyfikowanie kluczowych błędów w rozwiązaniu z rekomendacjami zmian.
- 5) Badania pogłębione z użytkownikami (badania makiet, badania ścieżek transakcyjnych, testy użyteczności, sortowanie atrybutów rozwiązania, Testy x sekundowe)
- 6) Badania conceptów marketingowych ilościowe i jakościowe z wykorzystaniem technik IDI, FGI, CAWI, CATI, PAPI
- 7) Badania strategiczne w obszarze komunikacji marki (brand diamond, persony, pozycjonowanie marki, materiały komunikacyjne). Ocena conceptów NPD
- 8) Usługi digital: produkcja i postprodukcja materiałów digitalowych: Film/animacja, webinary, explainer video, eventy cyfrowe, nagrania audio wideo oraz ich tłumaczenia i internacjonalizacja.
- 9) Usługi edtech: tutoring, onboarding, cyfrowe akademie wiedzy, szkolenia hybrydowe / elearningowe, platforma edukacyjna LMCS.
- 10) Usługi badawcze już na samym początku conceptu mogą wpłynąć na zmianę kierunku lub korektę założeń projektu. Z naszego doświadczenia i współpracy z wieloma startupami wiemy, że potrzeby grup docelowych, ich obawy, bariery emocjonalne nie są poznane, co powoduje pomyłki związane z projektowaniem docelowych funkcjonalności, formą ich komunikacji czy polityki cenowej. Pomagamy w projektowaniu założeń komercjalizacyjnych w oparciu o głos rynku, co bezpośrednio wpływa na sukces produktu. Ponadto dzięki otoczeniu technologicznym tworzymy dla akcelowanego podmiotu prototypy makiet klikanych oraz zajmujemy się produkcją materiałów video Dzięki współpracy z agencją Experience Institute zwiększamy pewność co do powstania spójnego merytorycznie, koncepcyjnie i wizerunkowo produkty (MVP). Posiadamy w pełni wyposażone studia multimedialne (audio/wideo/VR), ze wsparciem doświadczonej ekipy realizatorów i producentów. Platformy dostępne w modelu Saas lub White La

Dane kontaktowe:

Michał Łysik

michal.lysik@expinstitute.pl

tel.: 570 810 308

Błażej Małecki

blazej.malecki@expinstitute.pl

tel.: 608366196