

«Маркетинговое исследование»

МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ПОМОГАЕТ НАМ

ЗНАТЬ НАШИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

И

ЛУЧШЕ УДОВЛЕТВОРЯТЬ ИХ

ПОТРЕБНОСТИ

ЧТО ВЕДЕТ К

УВЕЛИЧЕНИЮ ПРОДАЖ

(И БОЛЕЕ ВЫСОКОЙ ПРИБЫЛИ)

Как наилучшим образом осуществить маркетинговое исследование?

«... как непрерывный процесс систематического сбора, регистрации и анализа данных о рынке»

- *Сбор* данных о рынке
- *Регистрация* данных о рынке
- *Анализ* данных о рынке

Четыре стадии планирования маркетингового исследования

1. Определить цели исследования

«Что я хотел бы знать»

2. Определить источники данных

«Откуда я могу получить нужные факты и цифры?»

3. Определить методы сбора данных

«Как я могу собрать такие факты и цифры?»

4. Определить соответствующий сегмент для исследования

«Кто должен быть объектом моего исследования?»

1. Определить цели информированности

«Что я хотел бы знать?»

- Характерные черты потребителя
- Поведение потребителя
- Мотивация потребителя
- Что удовлетворяет потребителя

2. Определить источники данных «Откуда я могу получить нужные факты и цифры?»

Вторичные данные

Первичные данные

- Качественные
- Количественные

3. Определить методы сбора данных «Как я могу собрать такие факты и цифры?»

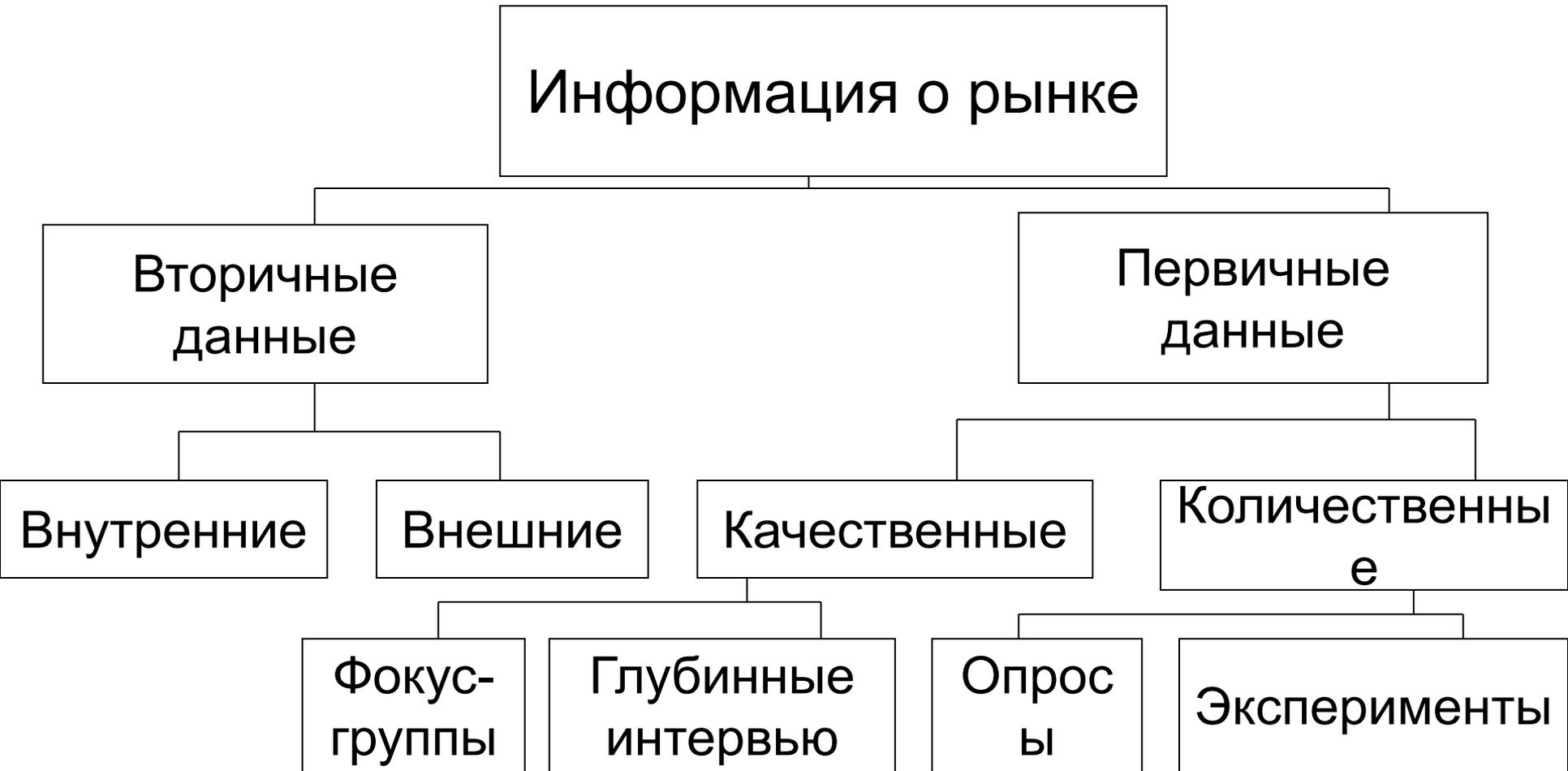
Вторичные данные

- Я уже имею их!
- Кто даст их мне?
- Кто продаст их мне?

Первичные данные

- Глубокий опрос (только качественная информация)
- Группа особого внимания (качественная и количественная)
- Социологическое исследования (только количественная информация)
- Наблюдение (только количественная информация)

Исследование рынка



4. Определить соответствующий сегмент для исследования (только первичные данные)

**«Кто должен стать объектом моего
исследования?»**

- Глубокие опросы и группы особого
внимания

Несколько респондентов

- Социологическое исследование (и
наблюдение)

Много респондентов

Планирование и проведение МИ

- Определение проблемы
- Выработка концепции сбора данных
- Полевые исследования
- Анализ данных
- Подготовка презентации и отчета

Определение проблемы

- Структурирование проблемы
- Построение модели
- Определение цели сбора информации

Выработка концепции сбора данных

- Формулирование гипотез
- Разработка проекта исследования
- Определение метода сбора данных, разработка инструментов сбора
- Определение объекта исследования и объема выработки
- Разработка детального плана сбора данных

Полевые исследования

- Организация, проведение и контроль сбора данных
- Документирование

Анализ данных

- Предварительная проверка собранной информации (для количественных исследований – подготовка к анализу с помощью компьютера)
- Обработка материала
- Интерпретация материалов

Подготовка и презентация отчета

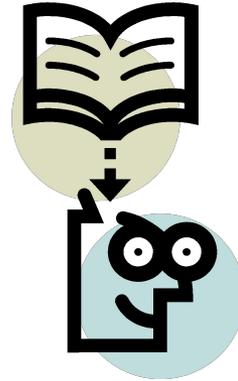
- Подготовка исследовательского отчета
- Презентация полученных результатов
- Передача результатов исследования лицам, принимающим решения

Маркетинг «во время прогулки»

- Идем к потребителю



- Смотрим...



- Слушаем...



- Обратная связь

Ориентиры и советы к составлению вопросника

- Четкие формулировки
- Однозначный вопрос
- Краткий и простой
- Личное обращение в конце
- Проведите пробное исследование перед первой рабочей попыткой

Открытые вопросы

Основные открытые вопросы

«Что Вам меньше всего нравится в дистанционном образовании?»

Зондирующие вопросы

«Что еще Вам не нравится в дистанционном образовании?»

Закрытые вопросы

Основные закрытые вопросы

Вы слышали об Открытой школе бизнеса?

Да/нет

Вопросы с многовариантными ответами

Какие из следующих курсов вы изучали?

- *Эффективный менеджер*
- *Управление отношениями с потребителями и клиентами*
- *Финансы и персональный компьютер для менеджеров*
- *Другие (пожалуйста, укажите*)

Согласие/несогласие

Обозначьте, насколько Вы согласны или не согласны со следующим заявлением:

«Экзамен был более сложным, чем я ожидал»

- Согласен в значительной степени
- Согласен до некоторой степени
- Ни согласен, ни не согласен
- Не согласен до некоторой степени
- Весьма не согласен

Предпочтительные вопросы

Какой из трех курсов программы сертификата Вам нравится в наибольшей степени?

- Эффективный менеджер
- Управление отношений с потребителями и клиентами
- Финансы и ПК для менеджеров
- Никакого предпочтения

Однокомпонентная шкала

Насколько легким показался Вам экзамен?

- Чрезвычайно легким
- Очень легким
- Легким
- Не очень легким
- Совсем нелегким

Двухкомпонентная шкала

Насколько легким показался Вам экзамен?

- Намного более трудным, чем я ожидал
- Несколько более трудным, чем я ожидал
- Как я и ожидал
- Несколько более легким, чем я ожидал
- Намного легче, чем я ожидал

«Семантическое распределение»

(распределение между крайними значениями)

По шкале от 1 до 7,

Где 1 – очень легкий и 7 – очень сложный

Каково Ваше мнение о сложности экзамена?

1 2 3 4 5 6 7

Ранжирующие вопросы

Пожалуйста, проранжируйте важность для Вас следующих составляющих курса дистанционного обучения (от 1 – для наиболее важной для Вас, до 4 – для наименее важной)

- Курсовые материалы
- Тьюторская поддержка
- Гибкое сочетание с другими занятиями
- Обеспечивает международно признанную квалификацию