

Организация маркетинговых исследований

Работу выполнила
студентка группы 22-3
Баранова Мария

Вопросы и задания:

- 1. Помогите менеджерам авиакомпании сформулировать цель и задачи предстоящего маркетингового исследований.
- 2. Какие источники информации могут быть использованы в процессе подобного исследования? Предложите инструментарий исследования, соответствующий решению поставленных задач.
- 3. Сделайте собственный прогноз возможных результатов подобного исследования.

Цели предстоящего маркетингового исследования

Повышение уровня обслуживания клиентов

Внедрение новой услуги, которая привлечет дополнительных пассажиров

Безубыточность конкретной услуги

Задачи предстоящего маркетингового исследования

Возмещение
потерь из-за
недостаточного
спроса на услугу
на продаже
дополнительных
билетов