

*Badania rynku :
jak pozyskiwać najistotniejsze
dla firmy informacje marketingowe*
Dietmar Pfaff

Spis treści

1. Jak zaistnieć na rynku i dotrzeć do grupy docelowej
Etap I: Definiowanie problemu i celów
2. Jak określić problem badawczy
Etap II: Sporządzenie planu badań oraz wyborów właściwej grupy docelowej
3. Jak planować projekt badawczy
Etap III: Gromadzenie danych pierwotnych i wtórnych
4. Jak pozyskiwać dane
Etap IV: Kompresja danych oraz analiza jedno-, dwu- lub wielowymiarowa
5. Jak skutecznie analizować dane
Etap V: Dokumentacja i prezentacja - sprawozdawczość wewnętrzna i zewnętrzna
6. Jak prawidłowo prezentować wyniki i je przekazywać
Etap VI: Decyzja marketingowa - wybór nie jest łatwy!
7. Jak wykorzystać informacje
Etap VII: Realizacja i kontrola w praktyce
8. Jak działać
9. Jak pozyskiwać klientów
Część praktyczna: wybrane przykłady
 - A. Jak dotrzeć do nowych grup docelowych
 - B. Jak wprowadzić na rynek nową markę
 - C. Jak analizować zadowolenie i lojalność klientów
 - D. Jak prowadzić badania w ramach marketingu terytorialnego

Literatura

Przydatne linki