

لقبائى قصللق ىحلكن زرقلزلقى



كسب وكارهاى محصول محور و بازار محور

تفاوت در رویکرد: تولید محصول سپس یافتن بازار یا شناخت بازار سپس تولید محصول

استراتژی محصول محور

محدودیت‌ها

- کاربرد محدود در دنیای امروز
- نیاز به تبلیغات گسترده برای جذب مشتری
- عدم توجه به سلیقه بازار

ویژگی‌های کلیدی

- تولید کالا پیش از تعیین بازار
- محصولات ضروری زندگی
- بدون برند و عمومی
- تمرکز بر قیمت و کیفیت



استراتژی بازارمحور

تولید هدفمند

عرضه محصولات موردانتظار

شناسایی نیاز

تحقیق درباره خواسته‌های مشتریان

سودآوری بیشتر

افزایش فروش و موفقیت

کسب‌وکارهای بازارمحور با آمادگی بیشتر برای تغییرات، از فرصت‌های جدید بهره‌مند می‌شوند



اهمیت تحقیقات بازاریابی

3

بقای سازمان
پیشگیری از انحلال شرکت

2

جلوگیری از ضرر
عدم هدررفت دارایی‌ها

1

شناخت تقاضا
آگاهی از نیاز بازار پیش از تولید

پرسش‌های کلیدی تحقیقات بازاریابی

ویژگی‌های محصول

کدام ویژگی جذاب و کدام نامطلوب است؟

تمایل خرید

آیا مشتریان خواهان خرید هستند؟

قیمت‌گذاری

قیمت موردانتظار چیست؟

مکان عرضه

بهترین نقطه فروش کجاست؟

شناخت رقبا

رقبای اصلی چه سازمان‌هایی هستند؟



انواع اطلاعات

اطلاعات کیفی

نیازمند اظهارنظر و قضاوت

- ویژگی‌های موردپسند
- دلایل انتخاب مشتریان
- سلیقه و نظرات افراد

اطلاعات کمی

پاسخ به سؤالات مربوط به کمیت

- تعداد فروش محصولات
- درصد استفاده مشتریان
- آمار دقیق و قابل اندازه‌گیری

تحقیقات اولیه

جمع‌آوری داده‌های دست اول - هزینه‌بر اما دقیق



پرسشنامه

تلفنی، حضوری، آنلاین یا پستی



مصاحبه

فردی یا گروهی با سؤالات از پیش تعیین شده



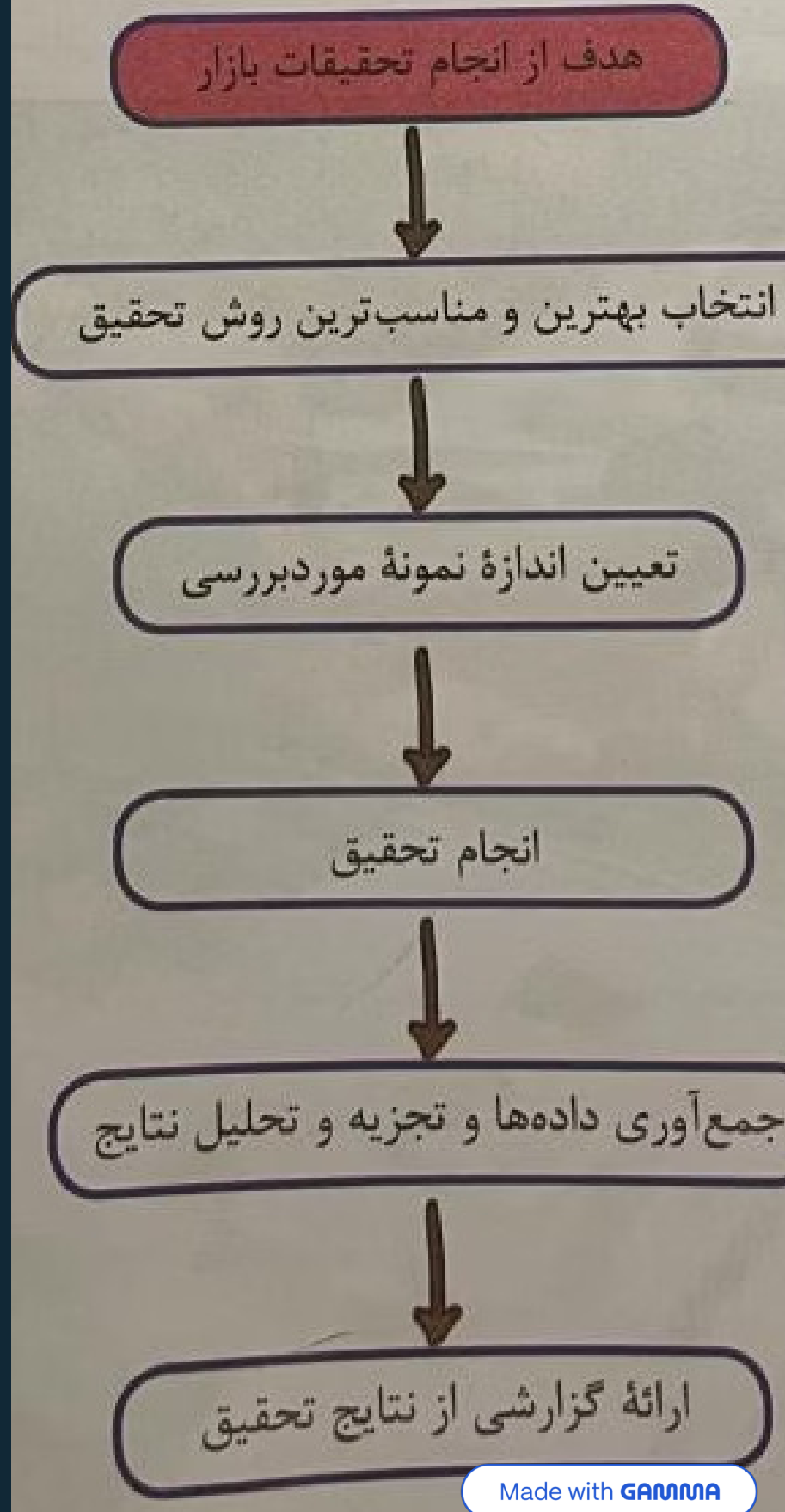
نمونه‌گیری

تصادفی یا غیرتصادفی از جامعه هدف



مشاهده مستقیم

ثبت، ضبط و بررسی رفتار مشتریان





اطلاعات ثانویه

اطلاعات از پیش جمع‌آوری شده - کم‌هزینه و در دسترس



منابع برون‌سازمانی

نهادهای دولتی، روزنامه‌ها، مراکز تحقیقاتی، اینترنت



منابع درون‌سازمانی

واحد فروش، مالی، روابط عمومی، خدمات پس از فروش

عوامل دقت و صحت داده‌ها

01

دقت نمونه‌گیری

03

انتخاب نمونه متناسب

05

مسئول تحقیقات

02

کیفیت سؤالات

04

اندازه نمونه

06

اعتبار اطلاعات

پردازش و تحلیل اطلاعات

نمودارها

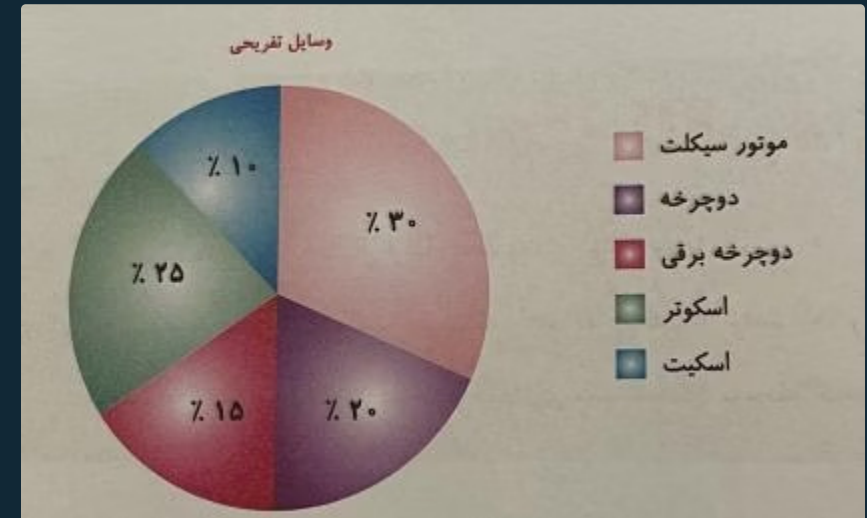
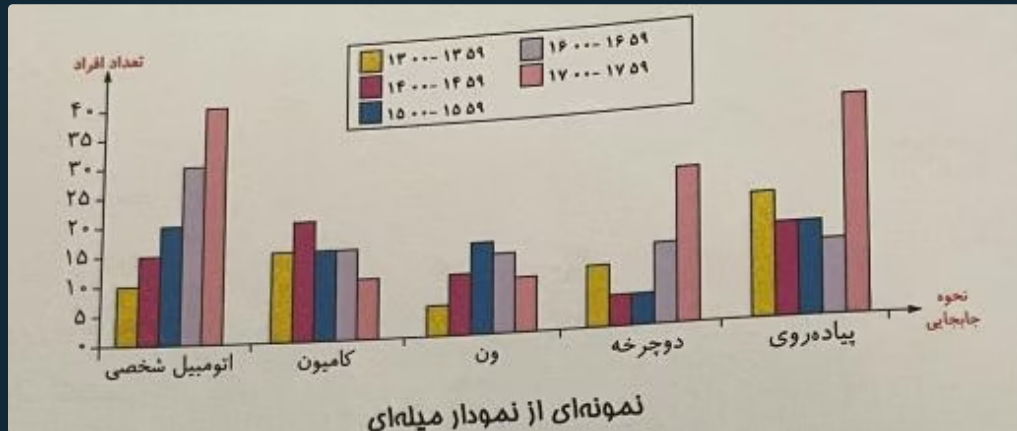
نمایش تأثیرگذاری عوامل

دایره‌ای، میله‌ای، خطی

جدول مقایسه‌ای

ثبت اطلاعات خام بدون تغییر

کاربردی برای ترسیم نمودارها



تجزیه و تحلیل اطلاعات خام برای تصمیم‌گیری بهتر و کاربردی‌تر