

ΔΙΟΙΚΗΣΗ MARKETING –

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ –

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

MARKETING MANAGEMENT

- Διοίκηση του μάρκετινγκ είναι η τέχνη και η επιστήμη της επιλογής αγορών στόχων και της απόκτησης, διατήρησης και ανάπτυξης πελατείας, με τη δημιουργία, παράδοση και επικοινωνία ανώτερης αξίας για τον πελάτη.
- Οι μάρκετερ εστιάζουν στις παραμέτρους της ζήτησης και μετέχουν στο μάρκετινγκ αγαθών, υπηρεσιών, εκδηλώσεων, εμπειριών, προσώπων, τόπων, ιδιοκτησιών, οργανισμών, ιδεών και πληροφοριών, σε καταναλωτικές, επιχειρηματικές, διεθνείς ή μη κερδοσκοπικές αγορές.
- Σήμερα οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προκλήσεις όπως η παγκοσμιοποίηση, οι επιπτώσεις της τεχνολογικής προόδου και η απορρύθμιση των αγορών.
- Το ολιστικό μάρκετινγκ βασίζεται στην ανάπτυξη, σχεδιασμό και υλοποίηση αλληλένδετων δραστηριοτήτων. Περιλαμβάνει τέσσερα συστατικά: μάρκετινγκ σχέσεων, ολοκληρωμένο μάρκετινγκ, εσωτερικό μάρκετινγκ και μάρκετινγκ κοινωνικής ευθύνης.
- Η διοίκηση μάρκετινγκ εμπλέκεται στην ανάπτυξη στρατηγικών και σχεδίων μάρκετινγκ, στη σύνδεση με πελάτες, στην ανάπτυξη επωνυμιών και προσφορών στην αγορά, στην επικοινωνία της αξίας και στη δημιουργία προϋποθέσεων μακροπρόθεσμης ανάπτυξης.

A vibrant yellow graphic with a central white circle containing the text "Market Research". The background is filled with various business and technology icons, including a gear, lightbulb, dollar sign, calculator, magnifying glass, document, star, location pin, laptop, bar chart, and Wi-Fi symbol. A horizontal line with a dashed end on the left and a dotted end on the right passes through the center of the white circle.

Market Research

Έρευνα αγοράς (Market research)

Έρευνα αγοράς θεωρείται κάθε οργανωμένη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών σχετικά με την αγορά και τους καταναλωτές.

Η έρευνα αγοράς μελετά τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αναγνωρίζει τυχόν ανεκπλήρωτες ανάγκες επίσης δημιουργεί και νέες ανάγκες και σκοπό έχει τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών που σχετίζονται με τις ανάγκες μιας συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος της, αλλά και τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν σε μια αγορά.

Η έρευνα αγοράς είναι αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικής στρατηγικής, καθώς με τη βοήθεια της έρευνας τα στελέχη μιας επιχείρησης μπορούν να βασιστούν σε αυτήν και να επιλύσουν σημαντικά στρατηγικά προβλήματα.

Η έννοια της έρευνας αγοράς συχνά συγχέεται με αυτή της έρευνας μάρκετινγκ, όμως οι ειδήμονες προσπαθούν να ξεχωρίσουν τους δύο όρους.

Η έρευνα μάρκετινγκ αφορά κυρίως τις διαδικασίες μάρκετινγκ, ενώ η έρευνα αγοράς είναι η μελέτη των αγορών.

Σχεδιασμός της έρευνας

1. Εύρεση αντικειμένου έρευνα (καθορισμός προβλήματος)
2. Εντοπισμός δείγματος (κοινό-στόχος)
3. Επιλογή μεθοδολογίας και τρόπου διεξαγωγής
4. Συλλογή στοιχείων (σύνταξη ερωτηματολογίου)



Διαδικασία της Έρευνας Αγοράς

Μία έρευνα αγοράς αποτελείται από τα παρακάτω έξι στάδια:

1. **Αναγνώριση-Διατύπωση του προβλήματος.**

2. **Ανάπτυξη αποτελεσματικής προσέγγισης.**

Εντοπισμός των μεταβλητών που επηρεάζουν την έρευνα

3. **Επιλογή και Σχεδιασμός κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου.**

Λεπτομερής καταγραφή των διαδικασιών που απαιτούνται για τη διεξαγωγή της έρευνας.

4. **Συλλογή δεδομένων.**

5. **Ανάλυση των δεδομένων.**

Καταγραφή, κωδικοποίηση και επαλήθευση των στοιχείων που συλλέχθηκαν.

6. **Σύνθεση της αναφοράς και παρουσίαση των αποτελεσμάτων.**

Μέθοδοι συλλογής στοιχείων

1. άμεσης παρατήρησης
2. focus groups
3. προσωπικής συνέντευξης
4. τηλεφωνικής συνέντευξης
5. ταχυδρομικού ερωτηματολογίου
6. online επαφή (διαδίκτυο)
7. χρήση δευτερογενών πηγών



Observation



Questionnaires



Interviews



Focus Group Sessions



Πολιτική πωλήσεων



- η έρευνα αγοράς αποτελεί οδηγό για της επιχειρήσεις
- πολύτιμο εργαλείο για την ανάλυση αγοράς - στόχου
- εξετάζει συνήθειες, ανάγκες, προτιμήσεις, δυνατότητες, τα δυνατά σημεία, τις απειλές, τις ευκαιρίες και τους κινδύνους
- υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων, χάραξης επιτυχημένης στρατηγικής πωλήσεων
- κτίσιμο τιμολογιακής πολιτικής
- καθορισμός τιμών, όρων πωλήσεων και καναλιών διανομής
- υιοθέτηση τιμής και προδιαγραφών προϊόντων βάση καθορισμού ζήτησης, εκτίμησης κόστους και ανταγωνισμού
- αύξηση απόδοσης και εξασφάλιση κέρδους, βιωσιμότητας, επιτυχίας

Ερωτηματολόγιο

1. συλλογή πολύτιμων πληροφοριών αποφάσεων και κατάλληλες ενέργειες)
2. δυνατότητα επεξεργασίας συλλεχθέντων αποτελεσμάτων
3. προσοχή στην σύνταξη των ερωτημάτων (στοχευμένες, απλές, με νόημα)
4. αποφυγή σύνθετων ερωτημάτων, κατευθυνόμενων, σύγχυσης ή επιβολής άποψης.
5. προσαρμογή των ερωτημάτων στη γλώσσα και στις ικανότητες των ερωτηθέντων
6. σωστή σειρά ερωτήσεων
7. προσοχή στην έκταση του ερωτηματολογίου και στον απαιτούμενο χρόνο συμπλήρωσης του
8. επιβεβαίωση τήρησης απορρήτου και συγκατάθεσης συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων



ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ



- **ΚΛΕΙΣΤΟΥ**

(οι απαντήσεις είναι προκαθορισμένες από τον ερευνητή, μπορεί να περιορίζονται στην επιλογή μεταξύ ΝΑΙ ή ΟΧΙ ή να περιλαμβάνουν εναλλακτικές απαντήσεις)

- **ΑΝΟΙΚΤΟΥ**

- (ο ερωτώμενος είναι ελεύθερος να αναπτύξει τις απαντήσεις του)

Σύνταξη ερωτηματολογίου (συμβουλές)

1. παρουσιάστε το λόγο διενέργειας και τη σπουδαιότητα (εισαγωγή)
2. επιβεβαιώστε για τη συντομία και την ευκολία της διαδικασίας
3. επιλέξτε τις κατάλληλες ερωτήσεις
4. παραθέστε με απλό και ελκυστικό τρόπο τις ερωτήσεις
5. χρησιμοποιήστε τις σημαντικές ερωτήσεις πρώτες
6. παροτρύνετε τους ερωτώμενους να εκφράσουν δυσαρέσκεις και να κάνουν προτάσεις - ιδέες
7. αφήστε για το τέλος τις εύκολες και τα δημογραφικά στοιχεία
8. ευχαριστήστε για τη συμμετοχή

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ο πιο απλός και οικονομικός τρόπος
για να γνωρίσετε το πελατολόγιό σας.

Μία εφαρμογή έρευνας πελατολογίου με ερωτηματολόγιο
για να βρίσκεστε πάντα σε επαφή με τις προτιμήσεις των πελατών σας και
να εντοπίζετε τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία της επιχείρησής σας.



Δημιουργία online ερωτηματολογίου με χρήση των Google Forms

<https://www.youtube.com/watch?v=5PJPnHW4-Tw>



ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

<https://survey.gr/examples/marketing/lead-generation-forms>