

MARKETINGO TYRIMŲ APRAŠYMAS

Marketingo tyrimai neša ekonominę naudą rinkoje įsitvirtinusioms įmonėms vykdant verslo plėtrą; senoms įmonėms tobulinant vidinius verslo procesus, bet nevystant naujų sričių; naujai įkurtoms įmonėms.

Marketingo tyrimai gali būti įvairūs, priklausomai nuo įmonės pozicijos rinkoje, nuo įmonės siekiamų tikslų, nuo verslo šakos konkurencinės situacijos.

Kokybinis tikslinės grupės tyrimas	Padeda įvertinti esamų vartotojų nuomonę apie naujus produktus / paslaugas. Ištiria vartotojų poreikius, vertina atitiktį įmonės produktui / paslaugai. Išsiaiškina produkto / paslaugos stipriąsias puses ir tobulintinas sritis.
Žvalgybiniai rinkos tyrimai	Įvertina naujos rinkos konkurencinę situaciją. Įmanomi įvairūs žvalgybos variantai: nuo <u>slaptojo pirkėjo tyrimo</u> iki <u>viešosios informacijos analizės</u> .
Įmonės specialistų giluminis interviu	Padeda optimizuoti vidinius verslo procesus. Padeda sumažinti kaštus, padidinti darbuotojų lojalumą ir motyvaciją. Išsiaiškina įmonės procesų stipriąsias puses ir tobulintinas sritis. Sukuria kokybės lyderio strategijos sprendimus.
Paslaugų teikimo kokybės tyrimas	Pagal specialią metodiką įvertina paslaugų teikimo elementus, pateikia jų tobulinimo pasiūlymus.
Paslaugų palyginimas su pagrindiniais konkurentais	Išryškina konkurencinius pranašumus ir veiklos spragas. Suranda laisvas nišas. Pasiūlo paslaugų tobulinimo sprendimus.
Faktinė SWOT analizė	Pagal specialiai paruoštus klausimynus padeda įvertinti esamą įmonės vidinę situaciją ir konkurencinę poziciją.
Faktinis paslaugų 7p marketingo įvertinimas	Pagal specialiai paruoštus klausimynus padeda surasti tobulintinas paslaugų marketingo veiksmų sritis.

Susitikimas patikslins Jūsų įmonės poreikius.

Po susitikimo bus išsiųstos įmonei reikalingų marketingo tyrimų metodikos ir preliminarūs tyrimų terminai bei įkainiai.

Su pagarba

Rimantas Stasevičius,

UAB „AM konsultavimas“ konsultantas, VU lektorius.

AM Konsultavimas – aktyvūs mokymai ambicingiems žmonėms