

10 принципов проведения маркетинговых исследований собственными силами.

1. Перед тем, как начать исследование, изучите клиента, его желания и потребности.
2. В ходе исследования будет проанализирована целевая аудитория (ЦА) – это люди, их предпочтения и возможности, их социально-демографические и психографические особенности.
3. Необходимо установить, что ЦА знает о компаниях, существующих на рынке и борющихся за их кошельки.
4. Важно узнать каким образом ЦА совершает свой выбор, каковы критерии такого выбора.
5. Изучите, о чем думает ЦА, какие мысли существуют в отношении Вашего продукта/компании.
6. Выясните, насколько ЦА осведомлена об исследуемых Вами практиках/услугах.
7. Проанализируйте, откуда/от кого ЦА получает информацию, когда наступает «высота принятия решения», выбора компании или услуги.
8. Узнайте, как ЦА относится к рекламным сообщениям, где размещение может быть наиболее эффективным.
9. Уточните, какой репутацией пользуются отдельные участники рынка, в том числе и Ваша компания, на чем эти репутационные характеристики основываются, выясните мифы и стереотипы Вашей ЦА.
10. Проанализируйте полученную информацию как можно быстрее после проведения исследования, так сказать «по горячим следам», только так Вы сможете составить наиболее корректный отчет и сделать правильные выводы и планы для дальнейшего продвижения услуги/компании.