

1. Введение, цели и задачи семинара
2. Процесс исследования потребителей I
 - содержание примера
 - оценка ситуации
 - формулировка и проверка гипотезы
 - "мозговая атака"
 - фокус-группы

|————— Перерыв —————|
3. Процесс исследования потребителей II
 - составление анкеты
 - методология выборки
 - проведение опроса и анализ его результатов

|————— Перерыв —————|
4. Процесс исследования потребителей III
 - результаты исследования
 - последующие шаги

|————— Перерыв —————|
5. Исследование уровня удовлетворенности потребителей
 - Подготовка/просмотр сборника упражнений

|————— Перерыв —————|

Задача этого модуля ознакомить участников семинара с основными концепциями маркетинговых исследований и их составляющими:

- Определение целей исследования потребителей
- Планирование исследования потребителей
- Проведение простого исследования потребителей
- Анализ результатов исследования и принятие решений на их основе
- Привлечение специализированных консалтинговых фирм к детальному анализу потребителей и анализ результатов их работы

- Мы рассказываем о стандартном процессе организации маркетинговых исследований
- Мы приводим примеры: исследование потребителей промышленных товаров (Кабельная компания) и товаров народного потребления (Детко)
- Вы задаете вопросы
- Вы получаете задания и рекомендации для самостоятельной разработки анкет. Вы создаете план проведения рыночного исследования для Вашего предприятия, беря за основу предлагаемые упражнения