

Marketing Research

Ch.2

Presented by Fanaee

Marketing Management Philosophies

Production Concept

Product Concept

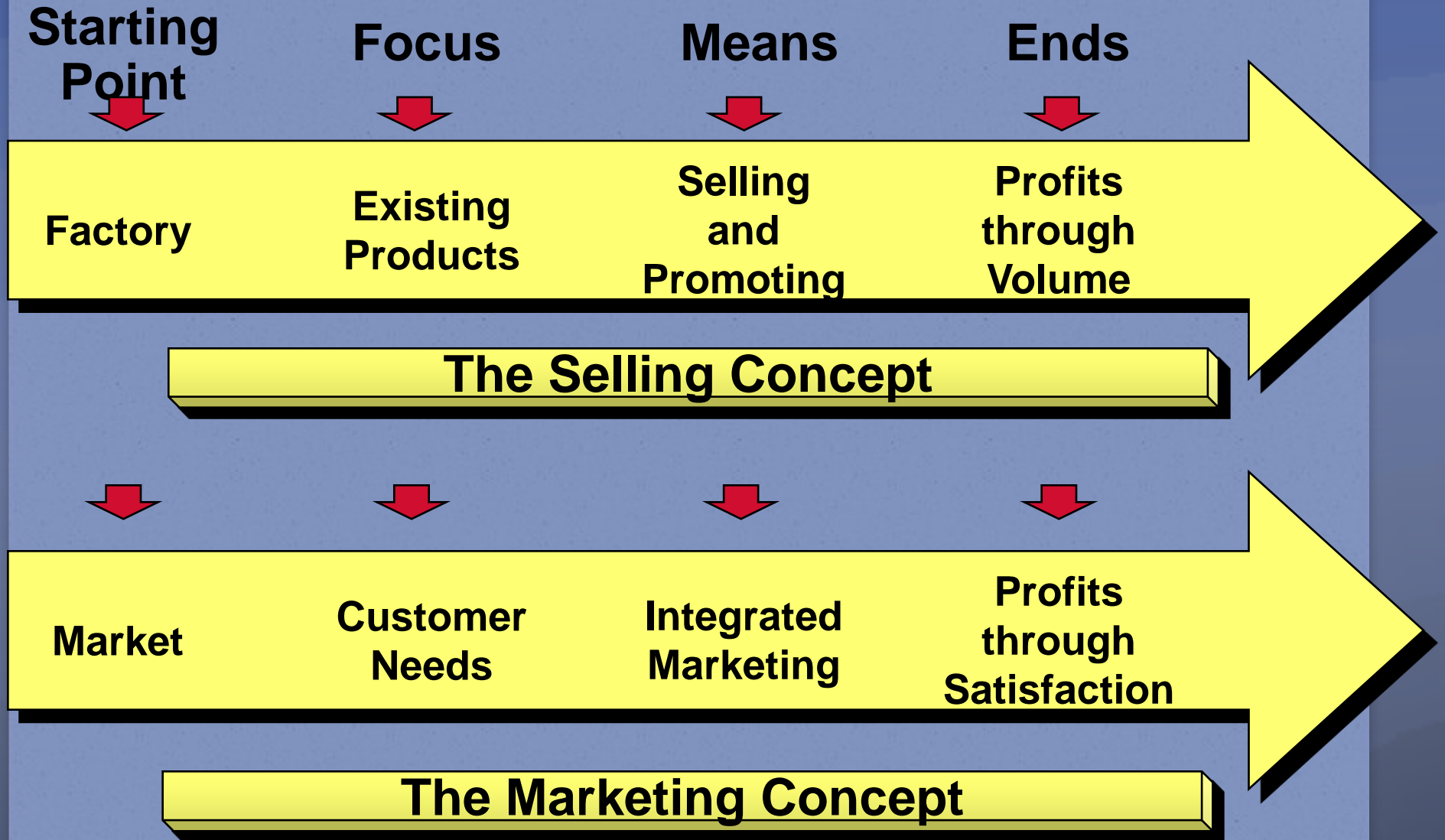
Selling Concept

Marketing Concept

Societal Marketing Concept

- Consumers favor products that are available and highly affordable
- Improve production and distribution
- Consumers favor products that offer the most quality, performance, and innovative features
- Consumers will buy products only if the company promotes/ sells these product
- Focuses on needs/ wants of target markets & delivering satisfaction better than competitors
- Focuses on needs/ wants of target markets & delivering superior value
- Society's well-being

Marketing & Sales Concepts Contrasted



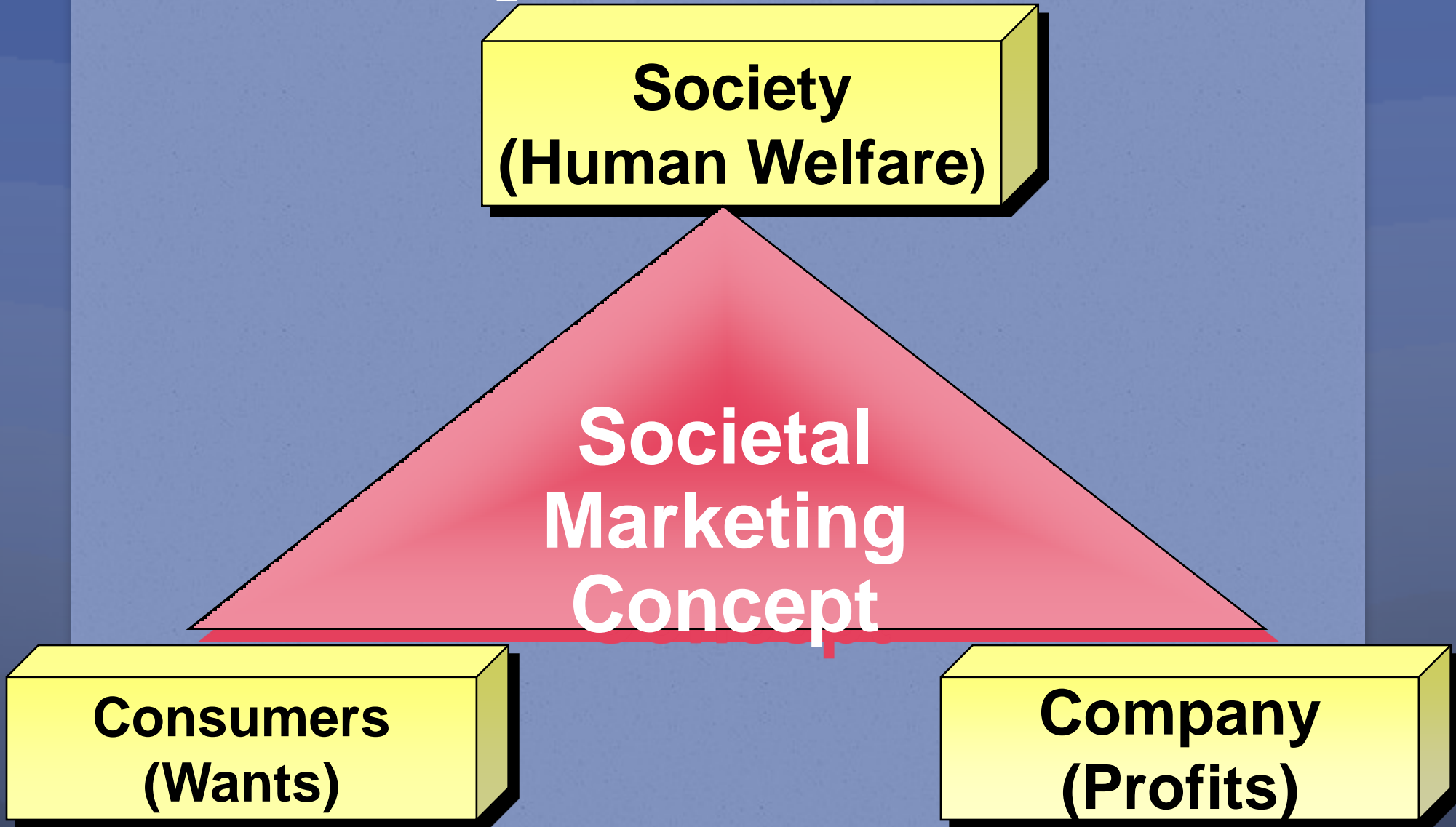
Societal Marketing Concept

**Society
(Human Welfare)**

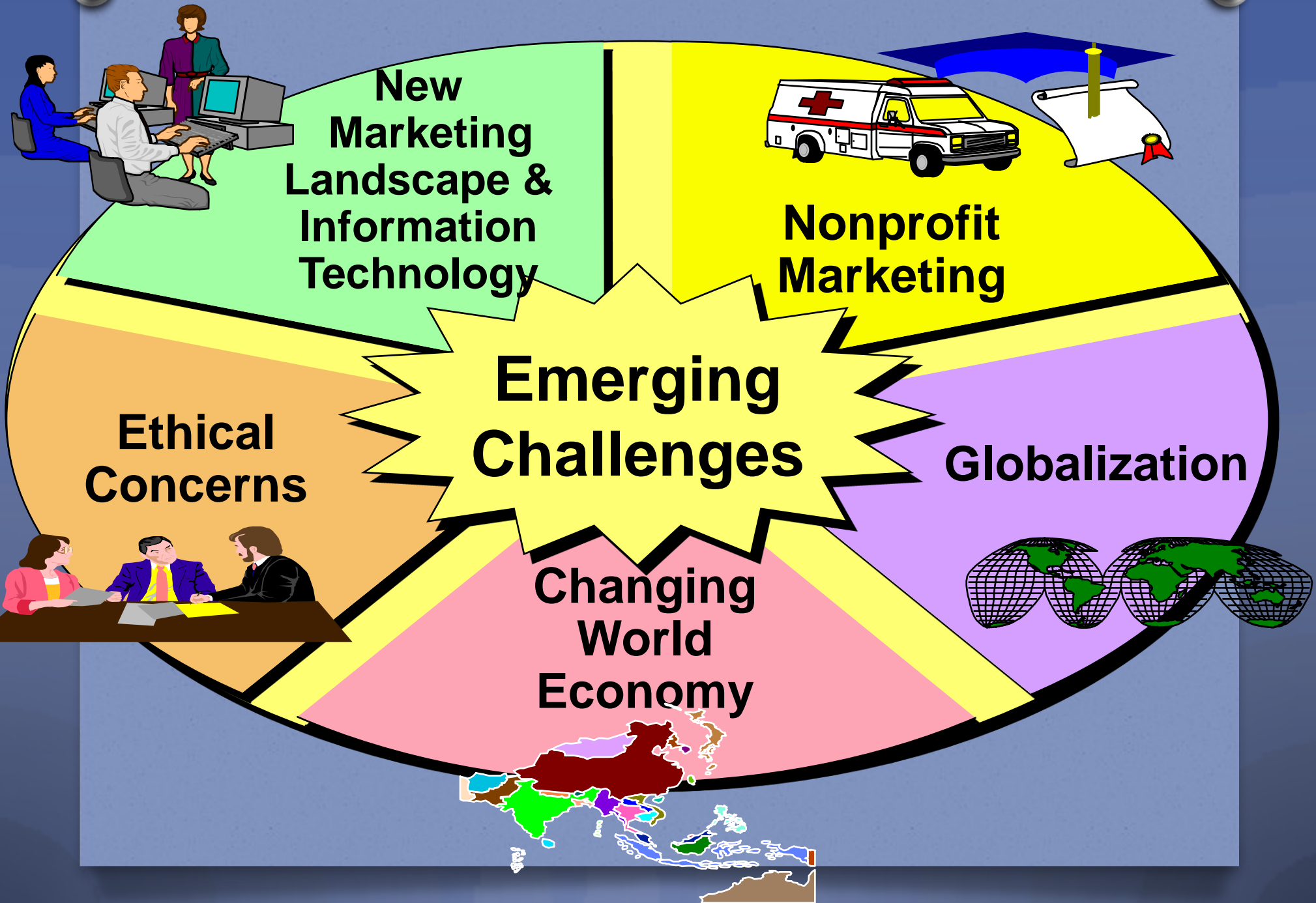
**Societal
Marketing
Concept**

**Consumers
(Wants)**

**Company
(Profits)**



New Marketing Challenges





INTRODUCTION
TO
MARKETING
RESEARCH

NATURE OF MARKETING

○ بازاریابی در بردارنده فرآیندهایی برقراری ارتباط با مشتریان و سایر ذینفعان از طریق خلق ارزش برای ایشان می باشد.

○ بازاریابی سعی دارد:

○ محصول و خدمات درست را به دست مشتریان درست در مکان درست و زمان درست به قیمت درست از طریق تکنیک های درست تبلیغاتی برساند.

THE MARKETING CONCEPT

- o A business philosophy based on:
 - ✓ consumer orientation,
 - ✓ Goal orientation
 - ✓ and system orientation.

Opportunistic Nature of Marketing Research

- ماهیت تحقیقات بازاریابی فرصت گراست.
- به این معنا که سعی دارد از طریق کاوش عوامل محیطی تاثیر گذار بر فعالیت شرکت فرصت های موجود برای توسعه و سود آوری شرکت را تشخیص دهد.

External marketing Environment

- در طول زمان به دلیل تغییرات پویای محیطی شرکت های ملزم به تغییر و منطبق ساختن آمیخته بازاریابی خود می شوند.
- تحقیقات بازاریابی یکی از کلیدیترین ابزارهای کاربردی برای پایش محیط و شناسایی تغییرات آن است.
- تغییرات محیطی علاوه بر چالش هایی که برای مدیریت شرکت ایجاد می کند در بردارنده فرصت های سودآوری نیز می باشد. شرکت هایی که زودتر از رقبا این فرصت ها مورد شناسایی و بهره برداری قرار دهند می تواند علاوه بر سود سرشار از مزیت رقابتی هم برخوردار شوند.

Role of marketing research in marketing system

۱. فراهم آوردن اطلاعات دقیق جهت تصمیم گیری مدیران ارشد پیرامون یک مسئله یا یک مشکل
۲. شناسایی فرصت های جدید در محیط متلاطم

3 marketing research functions

1. Descriptive function
2. Diagnostic Function
3. Predictive function

Descriptive function of marketing research

○ جمع آوری و ارائه اطلاعات درباره یک مسئله

○ مثلاً:

○ روند های تاریخی فروش یک محصول در بازار

○ چگونگی نگرش مصرف کنندگان درباره بسته بندی
محصول

○ مشکلات موجود در نحوه دریافت محصول از دید مصرف
کنندگان

Diagnostic Function of marketing research

- جمع آوری اطلاعات و ارائه توضیح درباره مسئله تحقیق
- در این نوع عملکرد، تحقیقات بازاریابی چگونگی یک مسئله را توضیح می دهند .
- مثلا:
- تاثیر سبک کردن بسته بندی بر میزان خرید مشتریان

Predictive function of marketing research

○ در این عملکرد ، تحقیقات بازاریابی نشان می دهد که پیگیری فرصت های جدید محیطی چه پیامدهایی می تواند داشته باشد.

○ محیط پرتلاطم سرشار از فرصت های بکر سرمایه گذاری است اما همه فرصت ها امکان پذیری تجاری در شرایط خاص را ندارند این وظیفه تحقیقات بازاریابی است که شرایط بازار در مقایسه با فرصت تشخیص داده شده را مورد ارزیابی قرار دهد.

Proactive role of Marketing Research

○ تحقیقات بازاریابی نه تنها برای شناخت بازارهای موجود بلکه برای جستجو و شناسایی بازارهای جدیدی که هنوز شناخته شده نیستند نیز به کار می آید.

○ مدیرانی که از استراتژی تهاجمی و proactive در بازاریابی خود استفاده می کنند نیازمند اطلاعات جامع و دقیقی از بازارهای جدید دارند که این اطلاعات از طریق تحقیقات بازاریابی فراهم می آید.

User of Marketing Research

