



Badania marketingowe

Słowa klucze:

1. **Potrzeby i preferencje nabywcze klientów**

Potrzeby to podstawowe wymagania człowieka. Ludzie potrzebują do życia pożywienia, powietrza, wody, ubrań i schronienia. Potrzebują również odpoczynku, nauki i rozrywki. Z potrzebami związane są preferencje, w sytuacji gdy potrzeby skierowane są na określone obiekty, mogące je zaspokoić, np. Amerykanie potrzebują pożywienia, ale chcą (preferują) hamburgery, frytki i napoje gazowane. Japończycy potrzebują jedzenia, ale chcą (preferują) ryż, ryby, owoce morza, herbatę.

2. **Badania marketingowe** – proces gromadzenia informacji o klientach, ich potrzebach, preferencjach i zakupach. Zgromadzone informacje wykorzystuje się do podejmowania decyzji marketingowych w przedsiębiorstwie.

3. **Ankieta** – metoda wykorzystywana w badaniach marketingowych. Służy do gromadzenia informacji o nabywcach. Polega na pozyskaniu pisemnych odpowiedzi na zadane pytania.

4. **Wywiad** - metoda wykorzystywana w badaniach marketingowych. Służy do gromadzenia informacji o nabywcach. Polega na pozyskaniu ustnych odpowiedzi na zadane przez badacza pytania.

5. **Obserwacja** - metoda wykorzystywana w badaniach marketingowych. Służy do gromadzenia informacji o nabywcach i polega na obserwowaniu ich zachowań w określonym środowisku (domu, pracy, sklepie, restauracji, kinie itd.).