

4

MARKETING AN INTRODUCTION

Armstrong/Kotler

Global Edition

Managing

Marketing Information

to Gain Customer Insights

Tóm tắt chương

- Thông tin marketing và sự sáng suốt của khách hàng
- Đánh giá nhu cầu thông tin marketing
- Phát triển thông tin marketing
- Nghiên cứu marketing
- Phân tích và sử dụng thông tin marketing
- Các sự xem xét thông tin marketing khác

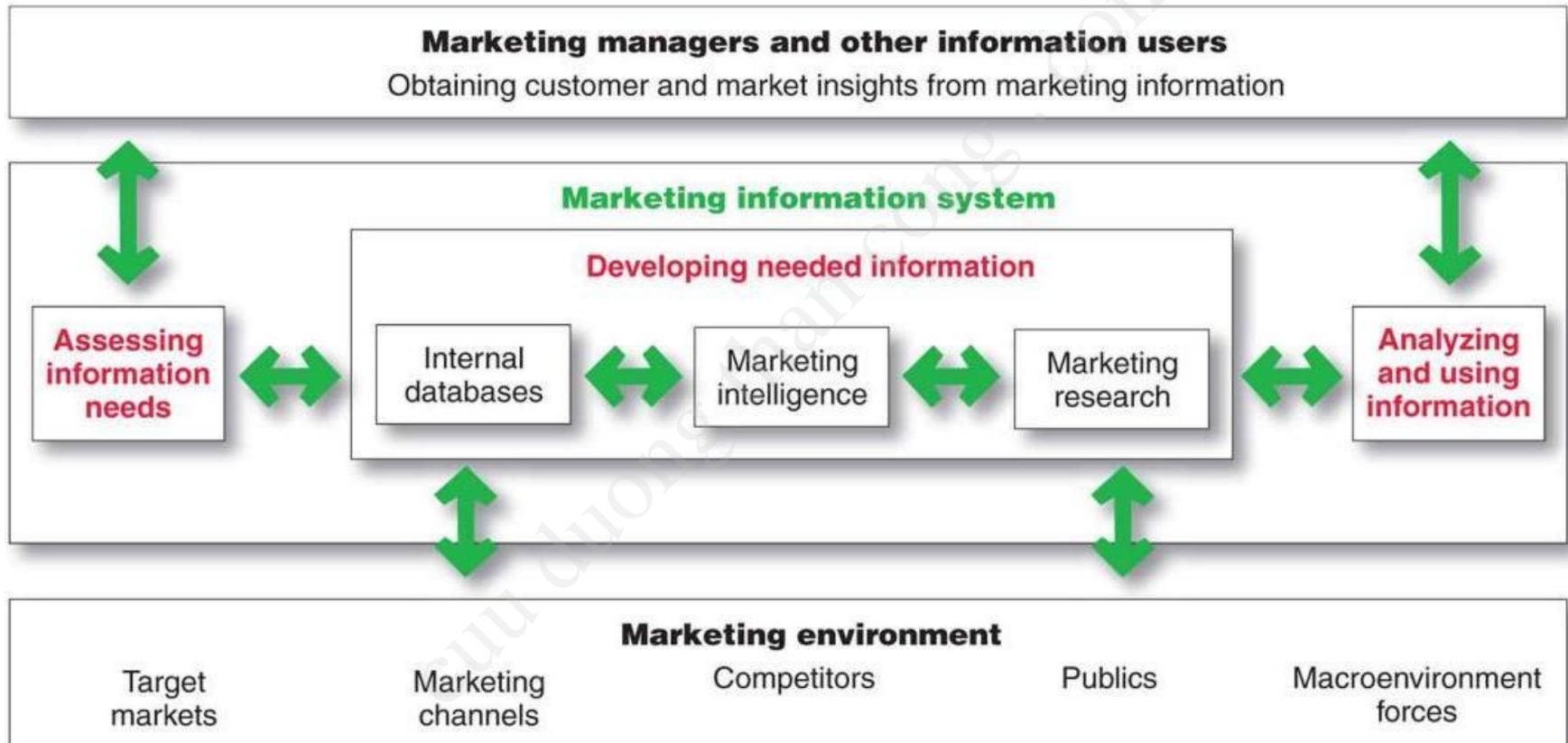
Thông tin Marketing và sự sáng suốt của khách hàng

Những hiểu biết mới của khách hàng ... từ sự sáng suốt ...



Điều này trở thành cơ sở cho việc tạo ra giá trị khách hàng và các mối quan hệ

Hệ thống thông tin marketing

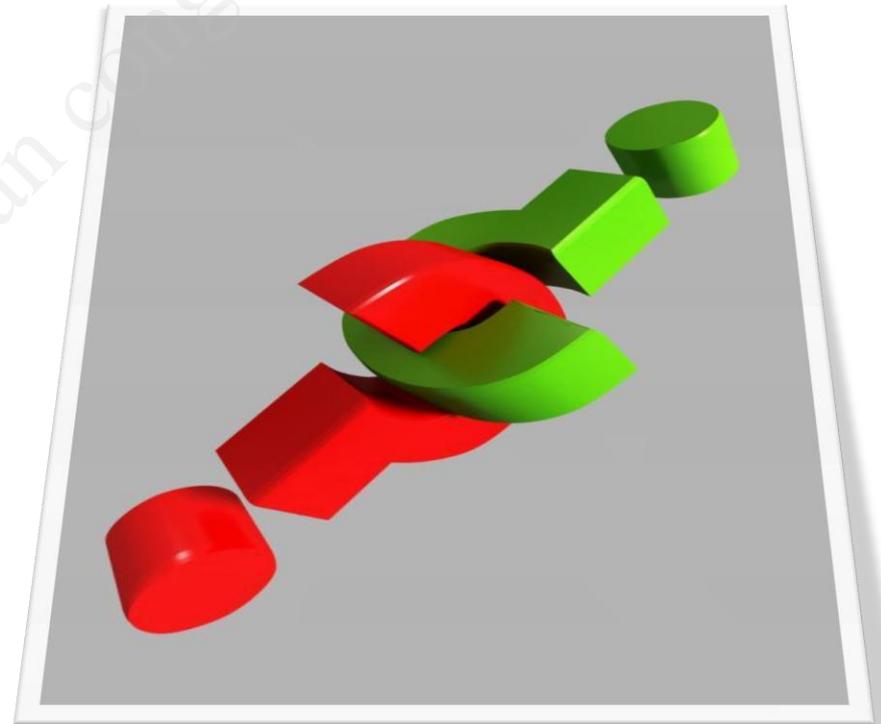


Đánh giá nhu cầu thông tin marketing

CuuDuongThanCong.com

Câu hỏi thảo luận

Là một nhà tiếp thị đối với 1 máy cắt cỏ mới, bạn sẽ hỏi câu hỏi gì với khách hàng?



Phát triển thông tin Marketing

cuu duong than cong . com

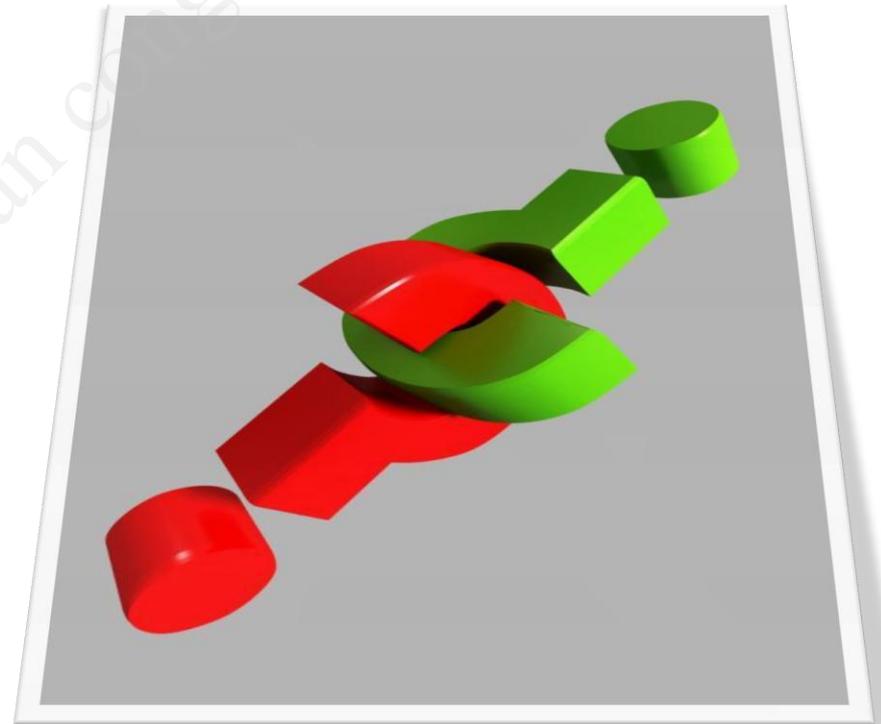
Nghiên cứu Marketing

Hệ thống thiết kế, sưu tập, phân tích, dữ liệu và báo cáo liên quan đến tình huống marketing cụ thể đối mặt với một tổ chức

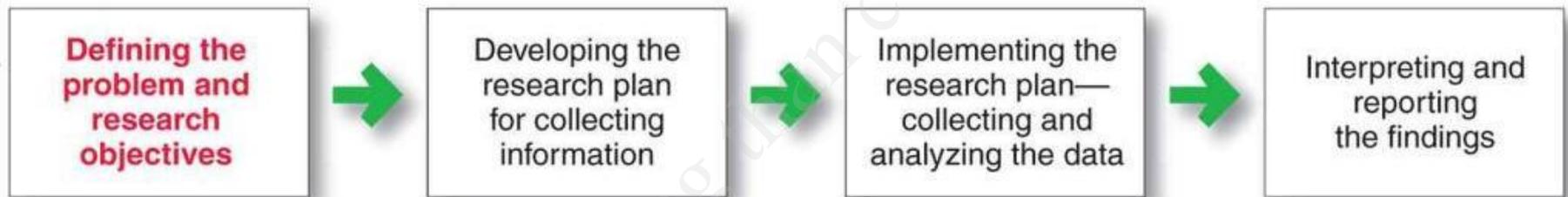


Câu hỏi thảo luận

Nếu nghiên cứu thị trường là quan trọng, tại sao nhiều công ty không định hướng nghiên cứu?



Quá trình nghiên cứu marketing



Định nghĩa vấn đề và mục tiêu nghiên cứu

cuuduongthancong.com

Phát triển kế hoạch nghiên cứu Câu hỏi của các nhà tiếp thị

Chúng ta cần thông tin gì



Chúng ta sẽ có nó như thế nào?

Loại dữ liệu

cuu duong than cong . com

Tập hợp dữ liệu thứ cấp

Factiva
Arbitron
Information
CNN
LexisNexisNielsen
Resources
Simmons

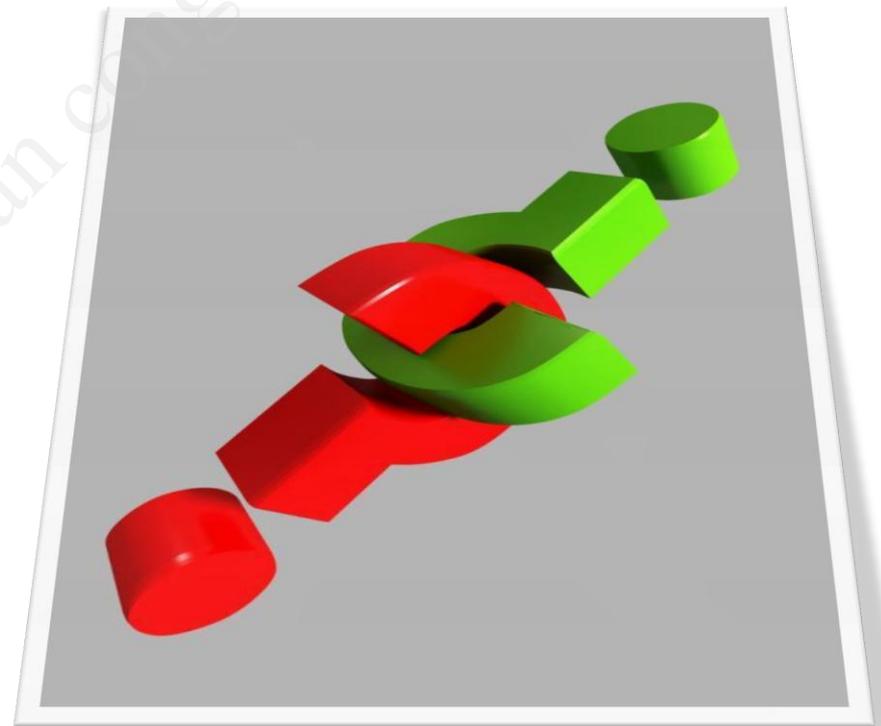
Dữ liệu sơ cấp

Cách tiếp cận nghiên cứu

cuuduongthancong.com

Câu hỏi thảo luận

Nhà tiếp thị cho sản phẩm **Action Figure for Boys** mới sử dụng nhiệm cứu thử nghiệm, điều tra và quan sát như thế nào?



Dữ liệu sơ cấp

Phương pháp liên lạc Methods

■ **Table 4.3** Strengths and Weaknesses of Contact Methods

	Mail	Telephone	Personal	Online
Flexibility	Poor	Good	Excellent	Good
Quantity of data that can be collected	Good	Fair	Excellent	Good
Control of interviewer effects	Excellent	Fair	Poor	Fair
Control of sample	Fair	Excellent	Good	Excellent
Speed of data collection	Poor	Excellent	Good	Excellent
Response rate	Poor	Poor	Good	Good
Cost	Good	Fair	Poor	Excellent

Copyright © 2011 Pearson Education, Inc. publishing as Prentice Hall

Dữ liệu thứ cấp

cuuduongthancong.com

Nghiên cứu sơ cấp

Kế hoạch mẫu

■ **Table 4.4** Types of Samples

Probability Sample

Simple random sample	Every member of the population has a known and equal chance of selection.
Stratified random sample	The population is divided into mutually exclusive groups (such as age groups), and random samples are drawn from each group.
Cluster (area) sample	The population is divided into mutually exclusive groups (such as blocks), and the researcher draws a sample of the groups to interview.

Nonprobability Sample

Convenience sample	The researcher selects the easiest population members from which to obtain information.
Judgment sample	The researcher uses his or her judgment to select population members who are good prospects for accurate information.
Quota sample	The researcher finds and interviews a prescribed number of people in each of several categories.

Công cụ nghiên cứu

cuu duong than cong . com

Thực hiện kế hoạch nghiên cứu

cuu duong than cong . com

Kết quả báo cáo và phiên dịch

Nghiên cứu nên trình bày những phát hiện quan trọng có liên quan đến việc ra quyết định.



Phân tích và sử dụng thông tin marketing

Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) liên quan đến quản lý khách hàng “những điểm chạm” để tối đa hóa lòng trung thành khách hàng



Phân tích và sử dụng thông tin marketing

Distribution of Marketing Information through:

cuu duong than cong . com

Các sự xem xét thông tin marketing khác

cuu duong than cong . com