

WIELKOPOLSKIE CENTRUM EKONOMII SOLIDARNEJ

BARKA

OŚRODEK WSPARCIA
EKONOMII SPOŁECZNEJ

Wydarzenie organizowane w ramach projektu współfinansowanego ze
środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Realizatorami projektu są
Fundacja Barka oraz **Centrum PISOP**

BARKA

FUNDACJA
POMOCY
WZAJEMNEJCENTRUM
PISOPKAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCIEUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Szkolenie realizowane w ramach zadania 5 Doradztwo i szkolenia dla osób zainteresowanych założeniem PES

**Cel: szkolenie z zakresu
przedsiębiorczości społecznej**

**Temat: Założenie spółdzielni socjalnej –
aspekty marketingowe**

BADANIA RYNKU

**NARZĘDZIA SIM
(SYSTEM
INFORMACJI
MARKETINGOWEJ)**

**ANALIZY
DOKUMENTACJI
ARCHIWALNEJ**

**MONITORING
OTOCZENIA
-OBSERWACJE
-WYWIADY**

**BADANIA
RYNKU**

ŹRÓDŁA INFORMACJI

- **Doświadczenie wewnętrzne** – analiza danych historycznych i współczesnych np.: doświadczenie założycieli FIRMY,
- **Wywiad rynkowy** - przeprowadzany przez sprzedawców, akwizytorów – np.: bezpośrednio przez założycieli FIRMY,
- **Analiza danych zewnętrznych - informacje z różnych publikacji** – prasa, książki teleadresowe, opracowania statystyczne, analizy finansowe.

BADANIA RYNKU

Celem badania rynku jest uzyskanie danych, które pomogą rozwiązać problemy marketingowe. Takie działania jak segmentacja rynku, wyróżnianie produktu (tworzenie wyróżnika) wymagają przeprowadzenia analizy marketingowej.

Badania rynku **polegają** na zbieraniu informacji na temat rynków firmy i analizowaniu ich w kontekście działań marketingowych dotyczących produktów.

Badania rynku **służą do:**
dokonania opisu rynku;
monitorowania zmian na rynku;
określania działań firmy i oceny ich wyników.

RODZAJ INFORMACJI POZYSKIwanej Z BADAŃ RYNKU

Analiza otoczenia zewnętrznego:

- Wielkość rynku :
 - Jaka jest jego struktura?
 - Jaki jest jego rozmiar?
 - Jakie są jego segmenty?
- Cechy rynku:
 - Kim są główni dostawcy na rynku?
 - Które ze sprzedawanych produktów mają największe znaczenie?
- Stan rynku:
 - Czy jest to rynek nowy?
 - Dojrzały?
 - Nasycony?
- Rozwój rynku:
 - Jakie nowe obszary rynku rozwijają się?
 - Jakie nowe produkty są rozwijane?

RODZAJ INFORMACJI POZYSKIwanej Z BADAŃ RYNKU

Analiza otoczenia zewnętrznego:

- Kanały dystrybucji:

- Jakie są?
- Jaki mają zasięg?
- Jakie są ich koszty?

- Sposoby komunikacji:

- Jakie metody są popularne – prasa, telewizja, internet, sprzedaż bezpośrednia?

- Rodzaje promocji:

- Jaką metodę należy zastosować ze wzgl. na największą efektywność

RODZAJ INFORMACJI POZYSKIwanej Z BADAŃ RYNKU

Analiza otoczenia wewnętrznego:

- Ocena konkurencji:

- kim jest konkurencja bezpośrednia i pośrednia?
- wielkość konkurencji,
- lokalizacja,
- segmenty w jakich działa konkurencja,
- cechy oferty konkurencji,
- polityka cenowa konkurencji,
- kanały dystrybucji wykorzystywane przez konkurencję,
- strategie jakie stosuje.

- Ocena klientów:

- Kim są? Jaka jest ich lokalizacja? Jaka jest ich pozycja na rynku?

- Ocena oferty firmy:

- Czy oferta spełnia wymagania klientów? Czy konieczne jest rozwijanie nowych produktów?
Co mogłoby być nowym produktem?

METODY BADAŃ

- Ankiety
- Eksperymenty rynkowe
- Wywiady indywidualne i grupowe
- Panele gospodarstw domowych
- Fokusy
- Burza mózgów

PLANOWANIE BADAŃ

- 1 – zdefiniowanie przedmiotu badania – problemu :
wykorzystanie danych wtórnych, analiza jakościowa,
burza mózgów,
- 2 – wybór metod – jakościowe (opisowe) i ilościowe
(wielkości),
- 3 – określenie pytań i stwierdzeń do weryfikacji przez
badanie,
- 4 – analiza sytuacji wyjściowej – danych historycznych
i zewnętrznych zastanych (czyli co wiemy a czego nie),

PLANOWANIE BADAŃ

5 – określenie narzędzi do badania, częstotliwości ich stosowania (ad hoc czy wielokrotnie) i procedur stosowania,

6 – wybór grupy docelowej do badania i jej wielkości – ze względu na wysoki koszt często rezygnujemy z zachowania tzw. jej reprezentatywności ze wzgl. Na wielkość,

7 – badanie, czyli proces zbierania danych – może być poprzedzone pilotażem w celu przetestowania narzędzi badawczych,

8 – opracowanie, analiza, wnioski.

Dziękuję za uwagę

**WIELKOPOLSKIE
CENTRUM
EKONOMII
SOLIDARNEJ**

