

**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

МВА 207 „МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ”

САМОСТОЯТЕЛНА РАБОТА (КАЗУС)

НА ТЕМА:

**„РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРОЕКТ ЗА
МАРКЕТИНГОВО ПРОУЧВАНЕ“**

Изготвил:

Проверил:

София, 2015

УВОД

Маркетинговото проучване е процес, чрез който компаниите могат да разберат нуждите и желанията на клиентите. Това прави възможно успешното развитие на нови продукти. Това проучване показва как се съчетава маркетинговото проучване с разработките на нов продукт с оглед предоставяне на вълнуващ нов продукт, който отговаря по-добре на изискванията на потребителите.

Компанията има ясна цел – да бъде колкото е възможно по-близо до потребителите, независимо от това в коя държава те живеят. Проучването за по-добро разбиране на потребителите е от основно значение за последващ успех.

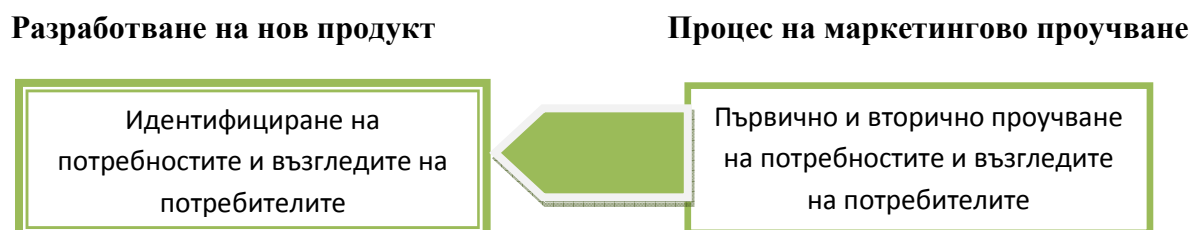
1. ОСНОВНИ ЕТАПИ НА МАРКЕТИНГОВОТО ПРОУЧВАНЕ

Маркетинговото проучване включва системно събиране, записване и анализиране на данни за клиентите, конкурентите и пазара. Това свързва маркетинговете с потребителите чрез предоставяне на съществена информация за решаване на пазарни предизвикателства и подпомагане с маркетингови решения.

Маркетинговото проучване помага на компанията да създаде и развие актуален и съответстващ портфейл от продукти. Висококачественото пазарно проучване спомога за дългосрочното развитие на бизнеса. Анализирането и интерпретирането на събраните данни относно поведението, нуждите и нагласите на потребителите минимизира рисковете, свързани с вземане на маркетингови решения¹.

Маркетинговото проучване в глобална организация трябва да е в подкрепа на компанията и задграничните дъщерни компании.

Фиг.1 Как процеса на разработване на нов продукт е подпомаган от маркетинговото проучване



¹ Moorman, C., and Miner, A.S. (1998) “The Convergence of Planning and Execution: Improvisation in New Product Development”, Journal of Marketing 62(July) : 1- 20.