miMind

Universidad del Sureste

LAN 6o "A"

Aldo Irecta Nájera

"Investigación de mercados "

Mapa conceptual

Leslie Yazmín Moreno Alvarado

Comitán; Chiapas al 22 de Mayo del 2020

Investigación de Mercados

Es

Proceso sistemático para la obtención de información para toma de desiciones y para señalar planes y objetivos de la empresa

Tipos

Son

Función a quienes realizan el trabajo

Investigación interna

Justifica

Departamento propio de la investigación

Investigación externa

Investigación a una empresa especializada

Función a la naturaleza del trabajo en sí

Investigación de opinión pública

Determina

Opiniones que tiene la población con algo

Investigación de rating

Determina

Nivel de liderazgo

Investigación de preferencias electorales

Usado

Épocas de elecciones nacionales o locales

Investigación de ventas

Determina

Niveles de ventas globales

Investigación de los canales de distribución

Utilizada

Canales más adecuados para la venta

Investigación de precios

Analiza

Razones de la variedad de precios

Investigación de segmentos de mercado

Finalidad

Descubrir segmentos de mercados

Investigación de gustos y preferencias

Determinar

Detalladamente gustos y preferencias

Investigación de exploración

Averigua

Grado de aceptación de un producto

Investigación para el lanzamiento del producto

Objetivo

Necesidades de los consumidores

Adquirir productos determinados

Función a los métodos e instrumentos empleados

Investigación clásica

Es

Tradicional con métodos, con fuerza del ser humano

Investigación tecnológica

Mayor

Sofisticación al alto nivel tecnológico

Objetivos

Conocer al consumidor

Disminuir los riesgos

Informar y analizar la información

Investigación de Mercados

AMAI

Significa

Organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados

Promover la profecionalización

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado

Funciones de un investigador de mercados

Son

Observar

Detalles de su consumidor y de su entorno

Identificando

Patrones de comportamiento

Analizar

Traducir el comportamiento

Buscando

Cambio requerido

Son

Identificar oportunidades

Encontrar o medir ventanas de oportunidad

Por medio

Análisis

Planificar

Reconocer el alcance de su trabajo

Para

Logro se sus objetivos