

INVESTIGACION DE MERCADO

Investigación de Mercado

Es el proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones.



Cuáles son los Tipos

1. Estudio de mercado exploratorio. Es el más sencillo de realizar ya que se sustenta fundamentalmente en el análisis de datos preexistentes. ...
2. Estudio de mercado descriptivo. Las investigaciones descriptivas son muy frecuentes en el ámbito empresarial. ...
3. Estudio de mercado experimental.



Objetivo

Proporcionar información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así como para la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso.



¿Que es? AMAI ¿para que sirve ?

AMAI surgió originalmente para ser el centro institucional de la comunidad mexicana de investigación de mercados, opinión y comunicación; ahora engloba a toda la industria de generación y transformación de datos para la toma de decisiones.



La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar perfeccionar y evaluar las acciones de marketing .





NOMBRE DEL ALUMNO:
ARCELIA PALMIRA PEREYDA
DÍAZ

NOMBRE DEL TEMA:
INVESTIGACIÓN DE
MERCADO

NOMBRE DEL PROFESOR:
ALDO IRECTA

NOMBRE DE LA
LICENCIATURA:

LIC. EN ADMINISTRACION Y
ESTRATEGIA EN NEGOCIO.

CUATRIMESTRE: 6To
CUATRIMESTRE

1.-¿Qué significa la segmentación de mercado?

la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos.

2.-¿Cuáles son las condiciones que tiene una segmentación?

Existen diversos criterios de segmentación: sociales, geográficos, demográficos, económicos, sociales, estilo de vida y muchos otros.

3.-¿Cuáles son los 10 deseos básicos?

- Definir el problema. Plantear un problema de investigación de manera correcta te ayudará al momento de formular tus preguntas. ...
- Definir la muestra. ...
- Realizar la recolección de los datos. ...
- Analizar los resultados. ...
- Realizar el reporte de resultados. ...
- ¡Tomar decisiones

4.-¿Cómo se subdivide la variable geográfica?

Se subdivide por el lugar o zona donde se encuentre

5.-¿Cómo se subdivide la variable psicografica?

los divide en grupos de acuerdo a características psicológicas como interés, estilo de vida, personalidad, aspiraciones, actividades, opiniones, actitudes y condición social.

6.-¿Cuáles son los requerimientos para una segmentación efectiva?

Medibles: debe ser posible determinar el tamaño, el perfil del segmento y el poder adquisitivo.

Accesibles: deben poder ser atendidos por la empresa.

Sustanciales: deben ser lo suficientemente grandes como para resultar rentables.

7.-¿Cuál es la clasificación básica del mercado?

el de consumidores, el industrial, el de revendedores y el institucional.

8.-¿Cuáles son las características de los mercados de bienes de consumos?

Amplia gama de productos, con una fuerte renovación de sus existencias. Utilización, en su mayoría, de los diferentes canales de distribución.

9.-¿Cuáles son las características de los mercados de bienes industriales?

Que no está dirigido a grandes grupos de consumidores, sino que se centra en pocos compradores que requieren de bienes o servicios específicos para fabricar productos.

10.-¿Cuáles son las características de los mercados de servicios?

Dan mayor protagonismo al concepto calidad.

Los servicios no pueden almacenarse.

11.-¿Qué es mercado potencial?

conjunto de individuos que pertenecen al segmento que se ha definido para la comercialización de un producto o servicio.

12.-¿Qué es el mercado disponible calificado?

es el conjunto de consumidores que tienen interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado en particular.

13.-¿Qué implica la segmentación de mercados?

consiste en dividir el público de una marca o negocio en grupos más pequeños, que se identifican por ciertas características que comparten entre sí.

14.-¿Cuáles son los beneficios de la segmentación?

Aumentarás la retención de clientes, las ventas cruzadas y las referencias. Brindarás un mejor servicio a tus clientes y hasta podrías mejorar tus productos.

15.-¿Cuáles son las 4 variables para la segmentación de mercado?

demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales

16.-¿Cómo se subdivide la variable demográfica?

Se divide por la edad, el género, los ingresos familiares, la raza y la etnia, la calificación, el estado civil, la naturaleza del empleo, etc.

17.-¿Cómo se subdivide la variable conductual?

se divide en cuatro grandes subcategorías:
Comportamiento: La mayor parte de las veces relacionado con necesidades específicas y cómo se usa un determinado producto.

18.-¿Cuáles son los factores que influyen en el comportamiento de compra de los

19.-¿Cuáles son los mercados de bienes de consumo?

Son aquellos mercados donde se comercializan productos destinados a satisfacer las necesidades del consumidor final

20.-¿Cuáles son los mercados de bienes industriales?

El mercado industrial es un tipo de mercado profesional al que las empresas acceden para poder comprar los bienes y servicios que necesitan para realizar sus actividades

21.-¿Cuáles son los mercados de servicios?

Son aquellos bienes o productos de naturaleza principalmente intangible que satisfacen la cada vez mayor demanda de este tipo de productos

22.-¿Qué es el tamaño de mercado?

es la cantidad máxima de ingresos que puedes generar vendiendo tus productos o servicios a los clientes potenciales que se beneficiarían realmente de la compra de tus soluciones.

23.-¿Qué es el mercado disponible?

El mercado disponible está formado por el conjunto de consumidores que tienen la necesidad de comprar el producto o servicio, pero no solo de tipo general, sino con características más específicas.