



Маркетинговые исследования в рекламе

Маркетинговые исследования – это систематический сбор, анализ и интерпретация данных, связанных с рынком и потребителями, с целью принятия обоснованных маркетинговых решений.



Процесс маркетинговых исследований

Определение целей
исследования

*Формулировка
желаемого
результата*



Сбор данных

*Опросы, интервью,
наблюдения,
обработка
статистических
данных и т.д.*



Анализ данных

*Выявляются
закономерность
и тренды*



Принятие решений

*Формируется
решение по
оптимизации
рекламной стратегии*



Пример маркетинговых исследований в рекламе

Исследование рынка



Тестирование рекламных
компаний





Анализ данных

Работа с фокус группами

Интервью с потребителями

Анализ конкурентов

Наблюдение за поведением потребителей

Анализ трендов

Прогнозирование

