

3.3. Penyelidikan Pemasaran

- Pengumpulan maklumat pemasaran yang sistematik dengan masalah pemasaran dihadapi
- Penyelidikan pemasaran dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih tepat

Kepentingan Penyelidikan Pemasaran

1. Meluaskan pasaran untuk mengesan peluang pasaran baharu
2. Mengenal pasti perubahan cita rasa pengguna
3. Mengenal pasti sasaran pasaran yang mempunyai pengguna baharu
4. Meningkatkan jualan dan keuntungan yang maksimum

Langkah-langkah dalam Proses Penyelidikan Pemasaran

1) Mengenal Pasti Masalah dan Menetapkan objektif penyelidikan

- Mengenal pasti dan mengkaji secara terperinci masalah pemasaran yang wujud
- Masalah diterjemahkan dan akan membimbing seluruh proses PP

2) Membentuk Rancangan Penyelidikan

- Mengumpul maklumat berkaitan punca masalah dan menyelesaikan masalah dihadapi
- Kaedah diguna ialah kaedah soal selidik dan eksperimen

3) Melaksanakan Penyelidikan dan Menganalisis Data

- Pengumpulan data dijalankan oleh jabatan PP atau firma perundingan
- Data merangkumi data primer dan data sekunder
- Data yang dikumpul harus relevan dan tidak berat sebelah

4) Menginterpretasikan Data dan Melapor Penemuan

- Melaporkan hasil analisis PP kepada pengurusan organisasi
- Membentangkan penemuan utama yang berguna oleh pengurusan dalam membuat keputusan pemasaran
- Laporan merangkumi analisis kajian dan hasil kajian