

Online istraživanje za potrebe promocije

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 34 | Nivo: Megatrend

uvod

Osnovu razvoja savremenog poslovanja i marketinga čini razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija. Ove savremene (digitalne) tehnologije pokreću prelazak iz industrijski bazirane ekonomije ka informaciono baziranoj ekonomiji, istovremeno stvarajući globalno tržište, međunarodni proizvodni sistem i informacionu ekonomiju sa globalnim marketingom.

Posljedice pojave i masovog korištenja Interneta u poslovne svrhe na savremeno poslovanje i marketing su ogromne i skoro nepojmljive. Globalna računarska mreža (Internet) omogućava korištenje informacija koje se odnose na globalni ekonomski sistem i globalno tržište, a mogu se upotrijebiti u realnom vremenu od strane velikog broja pojedinačnih korisnika sa geografski udaljenih lokacija. Globalne komunikacije svojom prenosivošću čine geografsku lokaciju nevažnom, pa se postiže ekonomska irelevantnost položaja same kompanije u smislu lokacije i dostupnosti korisnicima ili drugim kompanijama. Internet praktično eliminiše prostorna i vremenska ograničenja tržišta, prije svega u prometu nematerijalnih dobara, tako da tržište postaje globalno, tj. ono je cijeli civilizovani svijet.

Internet je izazvao pravu revoluciju u marketingu, obezbeđujući mnogo više od samog medija preko koga kompanije komuniciraju s korisnicima (potrošačima) i sa drugim kompanijama. Internet predstavlja pokretač promjena u tradicionalnom pristupu marketingu donoseći novi način razmišljanja, novi masovni medij i novu kulturu ponašanja i pristupa, nešto što nikada ranije nije bilo viđeno u marketingu.

Predmet ovog diplomskog su specifičnosti online istraživanja tržišta u svrhu planiranja promocije. Stoga je osnovni cilj rada utvrditi ulogu, značaj i mogućnost primjene istraživanja baziranih na internetu.

Posebni ciljevi ovog rada bili bi slijedeći:

pozicionirati proces istraživanja tržišta u kontekstu poslovnog odlučivanja

utvrditi specifičnost kreiranja odluke vezanih za promociju

strukturirati sadržinu online istraživanja

na konkretnom primjeru utvrditi mogućnost online istraživanja za potrebe promotivne kampanje

Rad se sastoji od četiri tematske cjeline.

Prvi dio sadrži osnovne odrednice istraživanja tržišta, kao temeljnog plana poslovnih aktivnosti preduzeća, putem prikupljanja, obrade, analize i interpretacije podataka u cilju lakšeg donošenja ispravnih marketinških odluka.

Drugi dio, obrađuje specifičnosti kreiranja odluka vezanih za promociju koje se manifestuju kroz sam proces marketing odlučivanja dakle, uspostavljanjem dijagnoze postojećeg stanja, razvoja strategije, marketing plana i same implementacije.

Treći dio obuhvata samo online istraživanje odnosno obrađuje pojmove savremenih informaciono komunikacionih tehnologija i njihovu ulogu u procesu prikupljanja i obrade primarnih i sekundarnih podataka.

Četvrti dio, u cilju praktične demonstracije ove problematike sadrži primjer organizovanja cjelokupne promotivne internet kampanje provedene od kompanije Kompletnet koja je radila dotični projekat za naručioca Sony Inc.

osnovne odrednice istraživanja tržišta

Istraživanje tržišta je primjena naučnih metoda u procesu prikupljanja, obrade i interpretacije informacija vezanih za sve faktore tržišta: proizvođače, potrošače, trgovinu i konkurenciju. Pružanje relevantnih informacija osnovni je cilj istraživanja, zbog toga informacije dobivene istraživanjem tržišta moraju biti objektivne, iscrpne i pravovremene.

Aktivnosti istraživanja i poznavanja tržišta pružaju kvalitetne odluke donosiocima marketing odluka. Poduzeća koja posluju po principima marketing koncepcije neprekidno istražuju i prate nastale promjene u okruženju. Marketing odluke kao najsloženije odluke u poslovanju poduzeća zahtijevaju veliki fond informacija iz tržišnog okruženja koje možemo dobiti samo istraživanjem tržišta.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com