

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior Huejutla





Área Académica: Licenciatura en Administración

Tema: Funciones de la Investigación de Mercados

Profesor: L. A. Guillermina Flores Ramírez

Periodo: Julio –Diciembre 2011

Keywords: Investigation of Markets





Tema: Funciones de la Investigación de Mercados

Abstract:

This theme is about the most important functions to perform a good market research so we can better understand customer needs

Keywords: Investigation of Markets





Funciones de la investigación de mercados

- La investigación de mercados puede desempeñar varias funciones enfocadas al mercado, el producto, la distribución, la publicidad y las políticas, estrategias e imagen de la empresa.
 - Investigación de mercado
 - Investigación del producto
 - Investigación de distribución
 - Investigación de la publicidad
 - Investigación de estrategias, políticas e imagen





Investigación de mercado

- Objetivo: determinar el potencial de ventas
- Análisis

Mercado potencial

Valor del mercado

Competencia

Gustos y preferencias del consumidor

Segmentación del mercado

Perfil del consumidor



Investigación del producto

Objetivo: evaluar nuestro producto y sus mejoras

Análisis

- Perfil del producto
- Calidad del producto
- Costo
- Empaque
- Marca
- Mejoras y nuevos usos del producto





Investigación de distribución

Objetivo: evaluar la eficiencia de los canales de distribución

Análisis

- Tipos de canales que están a disposición y pueden distribuir nuestro producto eficientemente
- colaboración de los canales: en cuanto al impulso que dan a nuestro producto y la información que proporcionan
- Relación con los clientes





Investigación de publicidad

- Objetivo: lograr una evaluación de nuestros métodos publicitarios y cuando se requiera, los de la competencia.
- Análisis
 - alcance de los medios que utilizamos
 - impacto de los mensajes que transmitimos, creatividad de textos
 - Recuerdo demarca
 - Costo
 - Imagen de la marca





Investigación de estrategias, políticas e imagen

- Objetivo: determinar la adecuación de nuestras políticas y estrategias a nuestros productos, mercados e imagen corporativa.
- Análisis
 - Revisión de la estrategia corporativa
 - Revisión de la estrategia laboral
 - Revisión de la mezcla de la mercadotecnia (las 4 p's)

