

بسم الله الرحمن الرحيم

دستنامه:

۱۵ - آشنایی با الگوها و تکنیک های نیاز سنجی بازار در کسب و کارها



۱۳۹۸

مولفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیات علمی پژوهشکده فرهنگ، هنر و

معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب و کار و کارآفرینی



سازمان	فاسمی، سیداحمد، ۱۳۳۷ -
عنوان و نام پدیدآور	آشنایی با الگوها و تکنیک‌های نیازسنجی بازار در کسب و کار / نویسنده سیداحمد فاسمی، مهلم خانی؛ [برای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی،
مشخصات نشر	ساری: انتشارات کار و دانشگاه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۴۰ ص.؛ مصور (رنگی)، جدول (رنگی)؛ ۲۱/۵×۲۱/۵ س.م.
فرمست	دست‌نامه: ۱۵.
شابک	978-622-6581-16-5: ۱۴۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	فبا
یاددا	کتابنامه.
موضوع	بازارشناسی
موضوع	Market surveys
موضوع	نیازسنجی
موضوع	Needs assessment
موضوع	دقت در کسب و کار
موضوع	Success in business
شناسه افزوده	خانی، مهلم، ۱۳۵۳ -
شناسه افزوده	ارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
رده بندی کنگره	۵۴۱/۵۳
رده بندی دیویی	۲، ۶۵۲
شماره کتابشناسی ملی	۵۶۸ ۶۰

ناشر: انتشارات کار و دانشگاه؛ حروف چینی و صفحه آرایی: حافظ روحی مله؛ شمارگان: ۱۰۰۰ جلد؛
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸؛ چاپ: بصیرت؛ قیمت: ۱۰۰۰۰ نوبت؛ شابک: 978-۵-۱۶-۶۵۸۱-۶۲۲-۹۷۸

انتشارات کار و دانشگاه

نشانی: تهران-بیمه-خیابان مسعودآزمون نیا (بیمه ۲)-بن بست یکم-پلاک ۱۰-طبقه چهارم-واحد شرقی- کدپستی ۱۳۹۱۹۳۳۶۱۸ تلفن: ۰۹۱۱۱۵۲۲۰۸۷ و ۰۹۱۱۲۲۳۷۶۱۸
سایت: www.imc21.ir Email: s_A_ghasemy@Yahoo.com



Contents

۱۲	تحقیقات پیشرفته بازاریابی بینالملل
۱۶	شناسایی مشکل problem identification به چه شکلی انجام میشود؟
۱۷	چهار جریان مهم در سازمان را نام ببرید؟
۱۸	حل مشکل Problem solution و فرآیند آنرا توضیح دهید؟
۲۰	سیستم تحقیقات بازار چگونه کار میکند؟
۲۱	نقطة فروش Point of sales را توضیح دهید؟
۲۵	مدل ملی سیستم اطلاعات هوشمند بازاریابی چگونه است؟
۲۶	ERP بررسی کل جریان enterprise به چه شکلی است؟
۳۰	ERP
۳۴	محورهای مهندسی فرایند u3 را توضیح دهید؟
۳۸	سه نتیجه و استراتژی و راهبرد شرکت چیست؟
۴۰	سیستم اطلاعاتی بازاریابی و ضرورهای آن را بیان کنید؟
	امروزه مکانیزمهای متفاوتی برای سهولت ارائه خدمات به مشتریان جهت ارائه خدمات با کیفیت و ارزان ایجاد شده که میزان رضایت آنان از خدمات ارائه شده را به شدت ارتقا داده است.
۴۵	
۴۸	SIS چیست؟
۴۹	RFD
۵۲	روش ایجاد ترکیب یا Mix در بازار را بیان کنید؟
۵۳	ضرورت‌های رقابت در بازاریابی چیست؟
۵۶	نیاز سنجی بازار
۵۷	فرآیند نیاز سنجی بازار
۵۷	۱. بیان مسئله و تعیین مخاطبان
۵۸	۲. ایجاد تیم برنامه ریزی

۳. مرور تحقیقات قبلی ۵۸
۴. تعیین ویژگی های مخاطبان هدف ۵۹
۵. انتخاب روش جمع آوری داده ۶۰
۶. تحلیل و گزارش داده ۶۱
- شناسایی نیاز مشتری با استفاده از بازخورد ۶۴
- از رسانه های اجتماعی کمک بگیرید ۶۵
- ایجاد مکالمه با مشتریان برای تولید محصولات جدید ۶۵
- با مدیریت ارتباط با مشتریان به نیاز مشتری آگاه شوید ۶۶
- چگونه بازار هدف خود را بشناسیم؟ ۶۸
- معیار اول شناسایی بازار هدف : بازگشت مشکل شروع کنید ۶۸
- معیار دوم شناسایی بازار هدف : تعریف ویژگی های مشتریان ۶۹
- معیار سوم شناسایی بازار هدف : برای شما کد است؟ ۷۰
- معیار چهارم در شناسایی بازار هدف : مطالعه مشتریان فعلی ۷۱
- معیار پنجم : بازار هدف رقبای شما چه کسانی هستند؟ ۷۲
- معیار ششم در شناسایی بازار هدف : چه کسی و چرا از شما خرید می کند؟ ۷۳
- شناسایی مشتری یکی از فرایندهای مهم در اصول بازاریابی می باشد ۷۷
- چطور از نیازهای مشتریان به یک بینش برسیم؟ ۸۳
- مراحل شناخت نیازهای مشتری ۸۵
- نیازهای بیرونی ۸۷
- نیازهای درونی ۸۷
- تمرین کنید ۸۸