

Edytuj to sprawozdanie

Imię i nazwisko studenta: **Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych I grupa: Grupa A**

Nauczany przedmiot: **WOS Szkoła: Gimnazjum nr 1 im. Józefa Wybickiego Miejsowość: Lębork**

Nazwa sprawozdania: **Sprawozdanie do modułu 2 - Badania rynku**

Tytuł sprawozdania: **Badanie rynku**

SPRAWOZDANIE DO MODUŁU 2 BADANIA RYNKU

Waszym głównym zadaniem w tym etapie jest przeprowadzenie badań otoczenia rynkowego - konsumentów i konkurencji oraz analiza wyników tych badań pod kątem oceny waszych wcześniejszych założeń dotyczących waszej działalności. Analiza badań pozwoli wam dostosować wasz produkt, waszą usługę, waszą strategię działania do rzeczywistych potrzeb rynku, a dzięki temu zdobyć rynek i odnieść sukces.

Pamiętajcie, że w kolejnym module 3 będziecie układać strategię marketingową, więc musicie dowiedzieć się jak najwięcej o waszych potencjalnych klientach - ich zainteresowaniach, oczekiwaniach, możliwościach finansowych, czy mediach, z których korzystają.

W dobrym przygotowaniu się do wypełnienia zadań w module pomoże wam zapoznanie się z materiałami *Moduł drugi*, zawierającym informacje na temat zagadnień poruszanych w tym module, które znajdziecie w zakładce *Moduły kursu*.

I. PRZYGOTOWANIE DO PRZEPROWADZENIA BADAŃ

Zanim przystąpicie do badań, określcie jeszcze raz dokładnie rodzaj działalności, jaką chcecie prowadzić i opiszcie ją bardziej szczegółowo niż to zrobiliście w module pierwszym.

1. Napiszcie, czym zajmuje się wasza firma/organizacja.

Odpowiedź widoczna tylko dla mentora

2. Opiszcie produkty lub usługi, które planujecie oferować.

Nasze Studio projektowe i aranżacji wnętrz będzie oferować usługi w zakresie projektowania mebli, elementów ozdobnych, doboru materiałów i kolorystyki. Zajmiemy się funkcjonalnym zagospodarowaniem pomieszczeń, rozmieszczeniem ścianek działowych, mebli, sanitariatów, wyposażenia, doбором materiałów podłogowych, elementów dekoracyjnych. Będziemy oferować

kompleksowe projekty oraz zagwarantujemy nadzór nad całościowym przebiegiem remontu, prowadzeniem inwestycji, aranżacją wnętrza gotową do zamieszkania lub rozpoczęcia działalności użyteczności publicznej.

3. Ważne jest również abyście od początku zwrócili uwagę na cechy, które będą wyróżniać wasz produkt/usługę na rynku. Dlatego napiszcie, na co chcielibyście zwrócić uwagę waszych klientów?

Nie chcielibyśmy mówić o wyróżnianiu się na tle innych pracowni projektowych. Tworzymy młody zespół, który wyróżnia się twórczym podejściem do pracy, ogromnym zapałem. Każde zlecenie jest dla nas nowym wyzwaniem i przygodą. Możemy powiedzieć, jakie atuty naszej współpracy doceniamy i staramy się rozwijać. Podstawą jest to, że znamy się od dawna i poza zawodową relacją, utrzymujemy też relacje przyjacielskie. To, że się lubimy przekłada się na efekty naszej pracy. Dodatkowo każdy z nas w czymś się specjalizuje, uzupełniamy się nawzajem, co przy projektach wielopłaszczyznowych jest bardzo przydatne, pozwala na prowadzenie projektu kompleksowo.

Do każdego zlecenia podchodzimy z największą dbałością o detale. Aby spełnić marzenia klientów zwracamy szczególną uwagę na ich wskazówki i upodobania.

Proponujemy klientom współpracę internetową. Mamy swoją stronę internetową. Klienci mogą się z nami kontaktować on-line na podstawie materiałów przesłanych mailem. My robimy zestawienie materiałów, urządzeń wraz z cenami i plikiem ze zdjęciami.

Klient może obejrzeć projekt swojego mieszkania na wizualizacjach. W programie istnieje możliwość zmiany koloru ścian czy mebli, więc nie ma obawy, że klient nie będzie zadowolony z efektu końcowego.

Działamy zawsze razem, wspólnie analizujemy potrzeby Inwestora oraz jego wymagania i upodobania.

Oprócz projektowaniem zajmujemy się dekoracją wnętrz czyli doбором kolorów, dodatków, roślin, mebli, glazury, terakoty-jednym słowem wyposażenia stałego i ruchomego. Natomiast jako projektanci proponujemy Inwestorowi zmiany układu funkcjonalnego mieszkania poprzez dobudowanie/wyburzenie ścian, przesunięcie wyprowadzeń hydraulicznych.. Współpracujemy ponadto z takimi fachowcami jak elektryk, hydraulik, kominiarz, ekipą remontową- kładzenie podłóg, malowanie ścian, tapetowanie).

Proponujemy niezliczone wzory tapet ściennych nowoczesnych i stylowych., awangardowych jak i spokojniejszych, po prostu ponadczasowych. Proponujemy tapety dekoracyjne papierowe, fizeleinowe i winylowe. Szczególną uwagę zwracają tapety ścienne znanych projektantów jak Piero Fornasetti, czy tapety dekoracyjne z wypukłym nadrukiem i tak ostatnio modne tapety z brokatem. Posiadamy ponadto w ofercie tkaniny obiciowe, zasłonowe, doskonale współgrające z deseniami tapet. Ponadto, jeżeli jest potrzeba, wykonujemy elementy dekoracyjne na tapetach ręcznie, co zapewnia oryginalność i niepowtarzalność. Wyróżnia nas wysoka jakość świadczonych usług, terminowość oraz atrakcyjne ceny. Atutem będzie również to, że będziemy współpracować z fachowcami (ekipą remontową), która wykonuje zlecane prace w sposób solidny i porywający.

Reasumując: Tworzymy wnętrza z pasją, z myślą o ludziach i dla ludzi. Cechuje nas wrażliwość, wyobraźnia, zmysł artystyczny. Natura jest dla nas największą inspiracją, natomiast rozwój technologiczny będzie skutkował niepowtarzalnymi projektami i aranżacją wnętrza. Dajemy gwarancję satysfakcji. Każdy projekt traktujemy indywidualnie, z dbałością o detale, z dbałością o potrzeby klienta. Nie akceptujemy pracy szablonowej.

4. Określcie również, jaki jest rejon działania waszej firmy/organizacji. Czy będziecie prowadzić sprzedaż lub oferować usługi tylko we własnej miejscowości, w całym regionie, czy też firma będzie miała zasięg ogólnopolski?

Rozpoczynając działalność zakładamy świadczyć usługi na terenie naszego miasta i powiatu. W momencie pozyskania rynku lokalnego, pozyskaniu dobrej opinii klientów, planujemy rozszerzyć działalność na województwo, kraj i kto wie, może sięgniemy po rynek europejski (np. skierowania swojej oferty do Polaków mieszkających poza granicami kraju).

5. Zidentyfikujcie, co najmniej dwie grupy docelowe dla waszych produktów/usług oraz przedstawcie ich cechy szczególne. Opis powinien zawierać informacje na temat wieku waszych klientów, ich zainteresowań, potrzeb związanych z oferowanym przez was produktem, itp.

Naszą grupą docelową będą w szczególności ludzie młodzi, którzy chcą być trendy, którzy cenią sobie wygodę, mają poczucie smaku i gustu. Lubią przebywać w pomieszczeniach z charakterem, otaczać się pięknymi przedmiotami, lubią nowoczesność, oryginalność (dotyczy klientów dla których będziemy urządzać mieszkanie, dom). Jednocześnie nasza oferta dotyczy młodych ludzi, którzy nie dysponują wolnym czasem ze względu na wydłużony czas pracy, nastawieniem na robienie kariery. Po pracy chcą wypocząć w ładnym, gustownie i wygodnie urządzonej mieszkaniu.

Drugą grupę docelową będą stanowić ludzie rozpoczynający swoją działalność, którzy chcą pozyskać klientów, wzbudzić zainteresowanie miejscem, które będzie atrakcyjne i wygodne oraz ludzie prowadzący własną działalność, dbający o swoich klientów, którzy nie chcą ich utracić, a powinni "odświeżyć":, zmienić wystrój swojego lokalu. Klient dzisiaj jest wybredny i wymagający, lubi zmiany, dobry klimat i piękno.

6. Zastanówcie się nad tym, w jaki sposób moglibyście dotrzeć ze swoją ofertą do waszych potencjalnych klientów. Zastanówcie się np. z jakich mediów najczęściej korzystają wymienione przez was grupy docelowe. Czy jest prasa, internet, czy może gazety specjalistyczne?

Nasza grupa docelowa to ludzie młodzi, którzy najwięcej czasu spędzają przed komputerem, korzystają z internetu. Nasza oferta będzie zamieszczona więc w formie reklamy w internecie, przygotujemy własną stronę internetową Studia z bogatym portfolio. Zamieścimy naszą ofertę w lokalnej telewizji. Dodatkowo zamieścimy w różnych punktach miasta i powiatu banery reklamujące nasze usługi, plakaty w środkach transportu (autobusy miejskie, linie kolejowe na trasie SAłupsk- Lębork- Gdańsk). Posłużymy się ulotkami, które rozpropagujemy wśród mieszkańców miasta i powiatu, gadżetami z reklamą firmy (m.in. kalendarze, kalendarzyki, breloczki z logo firmy, foldery). Organizować będziemy cykliczne spotkania, na których zaproponujemy naszą ofertę.

II. PRZEPROWADZENIE BADAŃ

Celem waszego badania jest: ustalanie szczegółowej informacji na temat waszych potencjalnych klientów m. in. ich zainteresowań, oczekiwań, a także możliwości finansowych oraz poznanie otoczenia rynkowego, w którym przyjdzie wam działać - w tym przede wszystkim waszej konkurencji.

7. Sprawdźcie, czy w najbliższej okolicy znajdują się firmy/organizacje, które oferują produkty/usługi, które sami chcecie oferować. Kim są i jak działają? Na czym polega ich przewaga na rynku, a na czym wasza? Jaką jest ich oferta produktów lub usług? Jakie oferują produkty, w jakich cenach, jak zapakowane? Gdzie je sprzedają? Jakie cechy mają ich produkty/usługi?

Dużo biur projektowych jest w Słupsku tj. około 60 km od Lęborka oraz w Trójmieście ok. 60-80 km od Lęborka. Natomiast w samym Lęborku jest:

Ewa Weber - Pracownia Projektowa Lębork, Gdynia, Gdańsk, Sopot,

Ewa Weber - Pracownia Projektowa to firma zajmująca się profesjonalnym projektowaniem wnętrz mieszkalnych oraz użyteczności publicznej (np. kawiarnie, restauracje, biura, salony fryzjerskie, sklepy itp.).

Oferuje kompleksowe projekty (tzw. pod klucz) oraz nadzór nad ekipą remontową w celu bezbłędного przeprowadzenia inwestycji. W zakres usług wchodzi m.in. projekt mebli i innych elementów we wnętrzu, projekty koncepcyjne z widokami 3D, fotorealistyczne wizualizacje, a także techniczne rysunki: rozrys punktów elektrycznych oraz wodno-kanalizacyjnych, rozrys podłóg i sufitów podwieszanych z uwzględnieniem oświetlenia.

1. Przewaga pracowni polega na tym, że już istnieje na rynku lokalnym i w trójmieście. Jeśli miała swoich klientów, to może Ci, którzy byli zadowoleni polecili ją swoim znajomym. Pani Ewa ogłasza się jedynie na stronie internetowej, nie wychodzi z innymi propozycjami (mieszkamy tu, a nic o niej nie wiedzieliśmy, nie słyszeliśmy, nie znamy opinii klientów). Stąd nasze niedopatrzenie, że nic nie wiedzieliśmy o konkurencji. My oprócz strony internetowej proponujemy inne formy rozreklamowania naszej działalności, nie wszyscy bazują tylko na wiedzy z internetu. Jesteśmy tu na miejscu, p. Ewa mieszka ponoć w trójmieście. Mamy tę przewagę, że znamy nasze środowisko, jesteśmy tu na co dzień, znamy dużo ludzi, bywamy w różnych miejscach. To nasi rówieśnicy, znamy ich upodobania, mówimy tym samym językiem.

2. Niezmiennie trudno jest wycenić i oszacować usługi związane z projektowaniem i aranżacją wnętrza, to kwestia ustalenia z klientem, oszacowania kosztów zużytych materiałów, produktów dekoratorskich, pracy własnej, pracy osób z ekipy remontowej. Cennik szacuje się według rodzaju przestrzeni do dekoracji, metrów powierzchni do zaaranżowania, a także uzależniony jest od regionu. Ceny za usługę podaje się całościowo.

Przykładowo za projekt dowolnego pomieszczenia mieszkalnego- 269zł do 15 m² powierzchni, projektowanie wnętrza domu- 19zł z 1m², projektowanie wnętrza mieszkania-23 zł z m², projekt wnętrza działalności gospodarczej-15-30zł za m², projekt i wizualizacja elewacji domu-699zł

3. Swoje usługi Ewa Weber świadczy dla mieszkańców Lęborka i Trójmiasta. Ile osób skorzystało- nie mamy takiej wiedzy. Brak opinii.

4. Cechy usług można zdefiniować jedynie na podstawie tego, co oferuje się w ofercie na stronie

internetowej. Preferowany jest styl ekologiczny i klasyczny. My proponujemy szerszy wachlarz stylów.

8. Przygotujcie i przedstawcie projekt ankiety, którą przeprowadzicie wśród waszych potencjalnych klientów. Całą ankietę (z metryczką i wszystkimi pytaniami) wklejcie tutaj lub dołączcie ją jako załącznik na dole sprawozdania.

Napiszcie także:

- **Czego chcecie się dowiedzieć o rynku lub o kliencie i jego oczekiwaniach oraz zainteresowaniach?**
- **Do kogo będzie skierowane badanie? Z kim przeprowadzicie badanie?**
- **Jakich informacji będziecie szukać, na jakie pytania, chcecie uzyskać odpowiedzi? Najlepiej wypiszcie to w punktach.**
- **Jak zostanie przeprowadzone badanie? Gdzie i kiedy zamierzacie przeprowadzić waszą ankietę?**

Ankieta stanowi załącznik: plik 1

Dzięki ankiecie chcemy pozyskać informacje na temat:

- jakie klienci preferują styl w aranżacji wnętrz (posłużymy się wyjaśnieniem, na czym polegają)
- czy jest dla nich istotny wygląd, charakter miejsc użyteczności publicznej (kawiarnie, restauracje, salon fryzjerski, itd)
- z jakich usług chcieliby skorzystać? (porada, projekt, dobór materiałów, elementów dekoracyjnych, aranżacja wnętrza, prace nad inwestycją, nadzór nad przedsięwzięciem)
- badanie będzie skierowane do ludzi młodych, przeprowadzimy je wśród naszych kolegów ze szkoły
- badanie przeprowadzimy na terenie szkoły w bibliotece szkolnej (piątek- 28 marca 2014r.)
- badaniem objęto 39 osób

Odpowiedzi do pytania otwartego (4): **jeśli tak, to dlaczego:** osoby które się tym zajmują znają się na rzeczy i napewno zrobią to lepiej niż ja, jestem leniwy, mało kreatywny, sama nie zawsze potrafię dobrze wszystko do siebie dobrać, chciałabym skorzystać z pomocy takiej firmy, aby nie popełnić żadnych błędów

jeśli nie, to dlaczego: mogę zrobić to sam, boję się, że to nie będzie z moją wizją, za drogo

9. Przeprowadźcie ankietę z przynajmniej 5 przedstawicielami wybranej wcześniej grupy docelowej.

Opiszcie, kiedy, jak i gdzie zostały przeprowadzone badanie ankietowe.

Napiszcie, czy udało wam się zrealizować cel badania?

Czy uważacie, że wasza ankietę pozwoliła wam uzyskać odpowiedzi na postawione pytania i dostarczyła wam dodatkowej wiedzy na temat waszych potencjalnych klientów?

Badanie przeprowadziliśmy na terenie szkoły w bibliotece szkolnej (piątek- 28 marca 2014r. o godz. 8.05) ,wśród uczniów klas II D i III C. Wiek młodzieży: 15 i 16 lat (mając taką wiedzę, nie było konieczności uwzględniania w ankiecie metryczki)

Ankieta została zamieszczona w załączniku.

Cel badania został osiągnięty. Koledzy i koleżanki byli bardzo zaabsorbowani, poważnie potraktowali ankietę, nie wiedzieli komu i czemu ma służyć. Dopiero po wypełnieniu ankiety uzyskali pełne wyjaśnienie, że badanie dotyczy wirtualnej firmy. Wywołaliśmy pozytywny szum wokół swojego przedsięwzięcia, duże zainteresowanie naszą ofertą.

Nasza ankieta pozwoliła nam w pełni uzyskać odpowiedzi na postawione pytania, a tym samym pozyskaliśmy informacje, że mamy do czynienia z trzema grupami młodych ludzi: z dobrze sytuowanych rodzin, którzy chętnie skorzystaliby z usług architektów aranżacji wnętrz, drugiej, która wolałaby sama urządzać swoje mieszkanie, dom; trzecią grupę stanowią Ci, których nie stać na tego typu usługi.

III. WYNIKI I ANALIZA BADAŃ

Policzcie wyniki badania ankietowego, a następnie dokonajcie analizy wszystkich wyników i informacji, jakie zdobyliście na temat rynku – waszego otoczenia rynkowego oraz waszych potencjalnych klientów. Następnie odpowiedzcie na poniższe pytania.

10. Po wykonaniu ankiety usystematyzujcie ją, zbierzcie wszystkie wyniki liczbowe, czyli odpowiedzi na poszczególne pytania i przedstawcie jej poniżej. Możecie podać wyniki liczbowe lub procentowe do każdego pytania lub przedstawić wyniki poszczególnych pytań waszej ankiety przy pomocy wykresów.

Napiszcie też w punktach kilka ogólnych wniosków, które wynikają z tych liczbowych wyników.

Uwaga: Wyniki ankiety możecie także dołączyć w postaci załącznika do sprawozdania.

Wyniki ankiety stanowią załącznik- plik 2

Wnioski z wyników ankiety:

1. Zdecydowanie większa (71%) grupa ankietowanych młodych ludzi uważa, że ładnie i funkcjonalnie urządzone mieszkanie, dom odgrywają ważną rolę w życiu człowieka.
2. Wystrój lokali użyteczności publicznej, ich charakter ma znaczenie dla młodych ludzi (59% na tak, 33% na raczej tak).
3. W szczególności ankietowani preferują styl nowoczesny, dalej angielski, klasyczny, skandynawski, Glamur.
4. 49% ankietowanych skorzystałoby z usług firmy zajmującej się projektowaniem i aranżacją wnętrza (18% zastanowi się, więc jest szansa pozyskania kolejnej grupy potencjalnych klientów).
5. Najwięcej osób skorzystałoby z porady (a te proponujemy jako darmowe), liczna grupa (54%) skorzystałaby z doboru elementów dekoracyjnych oraz (36%) z projektu. Po 21 % skorzystałoby z aranżacji wnętrz i nadzoru nad całością przedsięwzięcia.
6. Najliczniejsza grupa ankietowanych zdecydowałaby się na usługi w zakresie aranżacji lokalu użyteczności publicznej (56%)

11. Wyciągnijcie wnioski z waszych badań.

Zastanówcie się, czy przeprowadzone badania rynku wpłynęły na zmianę waszych początkowych założeń dotyczących profilu waszej firmy, jej oferty czy strategii działania? Jeśli tak, tak to, w jaki sposób i na które elementy? Zastanówcie się, czy powinniście coś zmienić w swoim produkcie/usłudze? Czy dobrze określiliście grupę waszych potencjalnych klientów, czy ich oczekiwania w stosunku do waszej oferty są zbieżne z waszymi przewidywaniami? Jeśli będziecie konkurować w innych podobnych firmami w waszym otoczeniu, to zastanówcie się, czy jesteście na to odpowiednio przygotowani i w jaki sposób zamierzacie budować swoją pozycję na rynku.

Wnioski z badań:

1. Badanie rynku nie wpłynęło na zmianę naszych początkowych założeń dotyczących profilu naszej firmy, ani strategii działania.
2. Zgodnie z naszymi założeniami i potrzebami potencjalnych klientów porady będą udzielane bezpłatnie. Sądzymy, że w ten sposób będziemy widoczni na rynku, wzbudzimy zaufanie i zainteresowanie. Spotkanie z klientem nakierowane na porady musi być przemyślane, perfekcyjnie zorganizowane, aby klient czuł się komfortowo i wyszedł usatysfakcjonowany, a tym samym gotowy był wrócić
3. Nie będziemy zmieniać charakteru naszej działalności, skupimy się jednak zgodnie z potrzebami klientów bardziej na projektowaniu, doborze elementów dekoracyjnych lokali użyteczności publicznej, a później na aranżacji wnętrz mieszkalnych.
4. W początkowym etapie działalności Studia skupimy się na zdobyciu doświadczenia w czterech, pięciu stylach preferowanych przez młodych ludzi (nowoczesny, angielski, klasyczny, skandynawski, glamur).
5. Grupę potencjalnych klientów określiliśmy właściwie, są to nasi rówieśnicy, rozumiemy ich potrzeby, posługujemy się tym samym językiem.
6. Oczekiwania naszych potencjalnych klientów są zbieżne z naszymi przewidywaniami, zmieniła się tylko kolejność świadczonych usług
7. Jesteśmy gotowi zmierzyć się z konkurencją i budować swoją pozycję na rynku. Naszymi klientami będą przede wszystkim młodzi ludzie, którzy rozpoczynają swoją przygodę z biznesem, którzy tak jak my będą chcieli "zawalczyć" o klienta.
8. W początkowej fazie wejścia na rynek nie będziemy oczekiwać dużego zysku, ceny będą wyważone i przystępne. Skupimy się na sprostaniu oczekiwaniom klienta, zdobyciu dobrej opinii w środowisku lokalnym.
9. Każde zlecenie będzie dla nas nowym wyzwaniem i przygodą, tworzymy dla ludzi, z myślą o nich i o nas.
10. Spełniamy marzenia klientów bazując na ich upodobaniach i wskazówkach. Jego zadowolenie jest naszym zadowoleniem.

12. Wypiszcie jak najwięcej wniosków z waszych badań dotyczących potencjalnych klientów oraz waszej konkurencji, które będą wam szczególnie przydatne do zrealizowania kolejnych etapów projektu i stworzenia strategii marketingowej waszej firmy.

Zwróćcie uwagę na cechy grupy docelowej oraz jej szczególne zainteresowania i oczekiwania, co do waszego produktu/usługi. Jest to niezwykle istotne w waszej dalszej pracy w projekcie, ponieważ będziecie musieli określić, jak najlepiej będzie sprzedawać wasz produkt/usługę i jak dotrzeć do klienta. Pamiętajcie też, że musicie stworzyć ofertę i

strategię, która powinna wam dać przewagę w stosunku do konkurencji.

Wnioski końcowe:

1. Grupa docelowa jest wymagająca, lubi przebywać w pomieszczeniach ładnie urządzonych, z charakterem.
2. Ogromne znaczenie dla młodego człowieka ma wystrój, aranżacja lokalu użyteczności publicznej, wygoda.
3. Młodzi ludzie są często tak bardzo zajęci, że wolą aby inni za nich wiele rzeczy zrobili (czasami z lenistwa), wolą zapłacić, niż sami cokolwiek zrobić.
4. Młody człowiek chce być trendy, pokazać się, cieszyć oko ładnymi rzeczami, przedmiotami. Modne i na czasie jest korzystanie z usług innych osób.
5. Plusem jest to, że mamy podobne gusta, podobają nam się te same style, będziemy rozumieli potrzeby i oczekiwania potencjalnych klientów.
6. Darmowe porady będziemy traktować jako inwestycję na przyszłość przez co zdobędziemy doświadczenie.
7. Stawiamy na budowanie relacji z ludźmi- kilku zadowolonych klientów poleci nas innym, podtrzymując znajomości z kolegami zwiększymy swoje szanse na rynku.
8. Postaramy się, żeby o nas nie zapomniano; będziemy organizować i uczestniczyć w życiu towarzyskim, spotkania osobiste są skuteczną formą autoprezentacji.
9. Nasza strona internetowa będzie "żyła", a bogate portfolio z ciekawą grafiką będzie przykuwało uwagę.
10. Nasza praca będzie opierała się na szczegółach, zadbamy o promocję, zainwestujemy w swój wygląd.

Umieszczone pliki:

Ankieta

Ankieta

Komentarze:

06-04-2014



Hej!

Dzięki za terminowe wykonanie wszystkich zadań. Poniżej komentarz do poszczególnych części.

PRZYGOTOWANIE DO PRZEPROWADZENIA BADAŃ

Ta część jest waszym dużym sukcesem - stworzyliście rozbudowany opis waszego przedsięwzięcia oraz produktu, a także bardzo konkretnie wskazaliście swoje grupy docelowe – to dobry punkt wyjścia do planowania badań marketingowych.

PRZEPROWADZENIE BADAŃ

Super, że przeprowadziliście ankietę i badanie z za biurka. Istotnym elementem Waszej pracy było zbadanie oferty konkurencji – dzięki temu możecie stwierdzić, co może was wyróżniać na tle innych firm oferujących podobne usługi.

Przygotowaliście też bardzo przejrzystą ankietę – gratuluję. Sformułowania pytań są zrozumiałe. Zadaliście też pytania, które dadzą odpowiedzi pozwalające na ulepszenie oferty – o to chodziło. Zastanawia mnie jedynie dobór grupy ankietowanej – dlaczego zdecydowaliście się na badanie wśród 15-16-latków, którzy nie są członkami grup docelowych. To bardzo poważny błąd – pamiętajcie proszę, że badanie przeprowadzamy wśród potencjalnych klientów, bo to ich potrzeby badamy i to na nich sprawdzamy, czy nasza oferta odpowiada ich oczekiwaniom. Zbadanie innych ludzi może dać zupełnie inne wyniki, a skończy się to wypuszczeniem na rynek usług, które nie spełniają oczekiwań naszych potencjalnych klientów.

WYNIKI I ANALIZA BADAŃ

W tej części wypisaliście wnioski z badań, część z nich jest konkretnymi propozycjami na działania – to bardzo ważne. Problemem opisanym wyżej jest fakt, że odpowiedzi dotyczą zupełnie innych osób niż grupy docelowej – wobec powyższego wnioski te mogą być nieprawdziwe w odniesieniu do waszej grupy docelowej.

Podsumowując: mocną stroną Waszej pracy jest terminowość i zaangażowanie. To, nad czym warto popracować w przyszłości, to dobór grup badawczych – jak widzicie, błędne wybranie grupy badawczej ma negatywne konsekwencje dla całego badania. Poza tym elementem wasze sprawozdanie jest bardzo porządne, czego wam gratuluje. Jeśli macie czas i ochotę – zachęcam was do ponownego przeprowadzenia badania i przedstawienia jego wyników, tym razem na grupie potencjalnych klientów. Jeśli nie – macie wolne ;)

**Kamil
Grabowski**

06-04-2014

Hej!



Dziękujemy za wyczerpujący komentarz, cenne uwagi. Z czasem bywa różnie, ale postaramy się odnieść się do Twoich uwag i sprawdzić nasze badania na grupie potencjalnych klientów (tu i teraz, czyli młodych ludzi) oraz przedstawienie wyników. Nasz wybór podyktowany był tym, że są to nasi rówieśnicy i z nimi wejdziemy na rynek (tak jakby byłoby tu i teraz). Pozdrawiamy.

Grupa Szkolny
Klub
Przedsiębiorczych
I

06-04-2014



Dzięki za odpowiedź. Problemem waszego założenia jest to, że wasi rówieśnicy nie mogą mieć pojęcia, jaka będzie ich sytuacja materialna za kilka lat, kiedy to będą w wieku potencjalnych klientów. Teraz mogą bardzo często deklarować chęć skorzystania z własnych usług, ale kiedy wyprowadzą się od rodziców i będą musieli sami się utrzymać, będą podejmowali decyzje ekonomiczne kierując się innymi wartościami niż teraz. To może spowodować, że np. nie będzie ich stać na kupienie stylowych mebli, a co dopiero na projekt uwzględniający takie meble ;) Dlatego ważne jest, aby badania przeprowadzać na reprezentantach grupy docelowej ;)

Kamil Grabowski