**Quá trình nghiên cứu marketing**

Khi đề cập đến nghiên cứu marketing, quy trình thường được xem là tác thuật thu thập thông tin và được cho là nhàm chán. Chẳng hạn như số liệu khách hàng, khuynh hướng thị trường, đo lường tần số quảng cáo trên các phương tiện truyền thông của đối thủ hay chính công ty, các hoạt động chương trình khuyến mãi đối với người tiêu dùng và khách hàng hay hiệu ứng của một sự kiện ...

Với những điều trên, quả thật, tác thuật như vậy là quan trọng nhưng không thể gọi là nghiên cứu marketing với đầy đủ ý nghĩa nhất trừ khi công ty có kiến thức khoa học và kinh nghiệm chuyên nghiệp. Vì thế trước khi tự thực hiện các nghiên cứu marketing hoặc hợp tác với các tổ chức nghiên cứu marketing chuyên nghiệp, chúng ta cần đảm bảo hiểu những tác thuật, quy trình tổ chức nội dung cần thiết về khoa học và nghệ thuật nghiên cứu marketing với quy trình tổng quát có 4 đến 6 bước16:

Xác định vấn đề của cấp lãnh đạo

Xác định vấn đề cần nghiên cứu thị trường

Thiết kế các nghiên cứu

Thu thập thông tin và thực địa nghiên cứu

Chuẩn bị và phân tích dữ liệu

Thuyết trình và báo cáo kết quả

TRẦN THANH HẢI\_ KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH