

POSLOVNI PRIRUČNIK

OSNOVE ISTRAŽIVANJA TRŽIŠTA

Tuzla, 04.04.2016. godine

Izjava o autorskim pravima:

SoftConsulting s.p. Tuzla polaže autorska i vlasnička prava na sadržaj Poslovnog priručnika – Osnove istraživanja tržišta©.

Prenošenje cjelokupnog ili dijela sadržaja na koje autorsko i vlasničko pravo polaže SoftConsulting s.p. Tuzla nije dozvoljeno bez pismene saglasnosti vlasnika autorskog prava.

Prenošenje, kopiranje, te dalja komercijalna i nekomercijalna distribucija sadržaja na koje autorsko i vlasničko pravo polaže SoftConsulting s.p. Tuzla bez pismene saglasnosti vlasnika autorskog prava podliježe odredbama Zakona o autorskim i srodnim pravima BiH.

Broj protokola: SC –

Broj primjeraka: ____

Zvanična ovjera primjerka:

Sadržaj	Stranica
1. Uvod	4
2. Značaj primjene odgovarajućih alata za istraživanje tržišta	4
2.1. Alati za primarno istraživanje tržišta	5
2.2. Sekundarno istraživanje tržišta i digitalni alati	5
2.3. Zašto su potrebni digitalni alati za istraživanje tržišta?	6
3. Digitalna ekonomija i istraživanje promjena u tržišnim potrebama	8
3.1. Istraživanje promjena u tržišnim potrebama i digitalna transformacija	8
3.2. Značaj internet stvari za istraživanja promjena u tržišnim potrebama	9
3.3. Kako su se promjenile tržišne potrebe u digitalnoj ekonomiji?	10
4. Kada i kako je potrebno istražiti tržište?	11
4.1. Kada je potrebno istražiti tržište?	12
4.2. Zašto je potrebno izabrati adekvatan istraživački metod?	13
5. Vještine potrebne za istraživanje tržišta	14
5.1. Šta istraživač želi utvrditi tokom istraživanja tržišta?	15
5.2. Šta motivira istraživače?	16
5.3. Vještine uspješnih istraživača tržišta	17
6. Ciljevi istraživanja tržišta	18
6.1. Kako realizirati ciljeve istraživanja tržišta?	19
7. Istraživanje stepena zadovoljstva klijenata	19
7.1. Istraživanje zadovoljstva ili vrijednosti za klijenta?	20
7.2. Utvrđivanje stepena zadovoljstva i očekivane vrijednost za klijenta	21
7.3. Kako istražiti i razumjeti (ne)zadovoljstvo klijenata?	22
Prilog: Definicije osnovnih pojmova	24 - 25