

Four types of buying behaviour

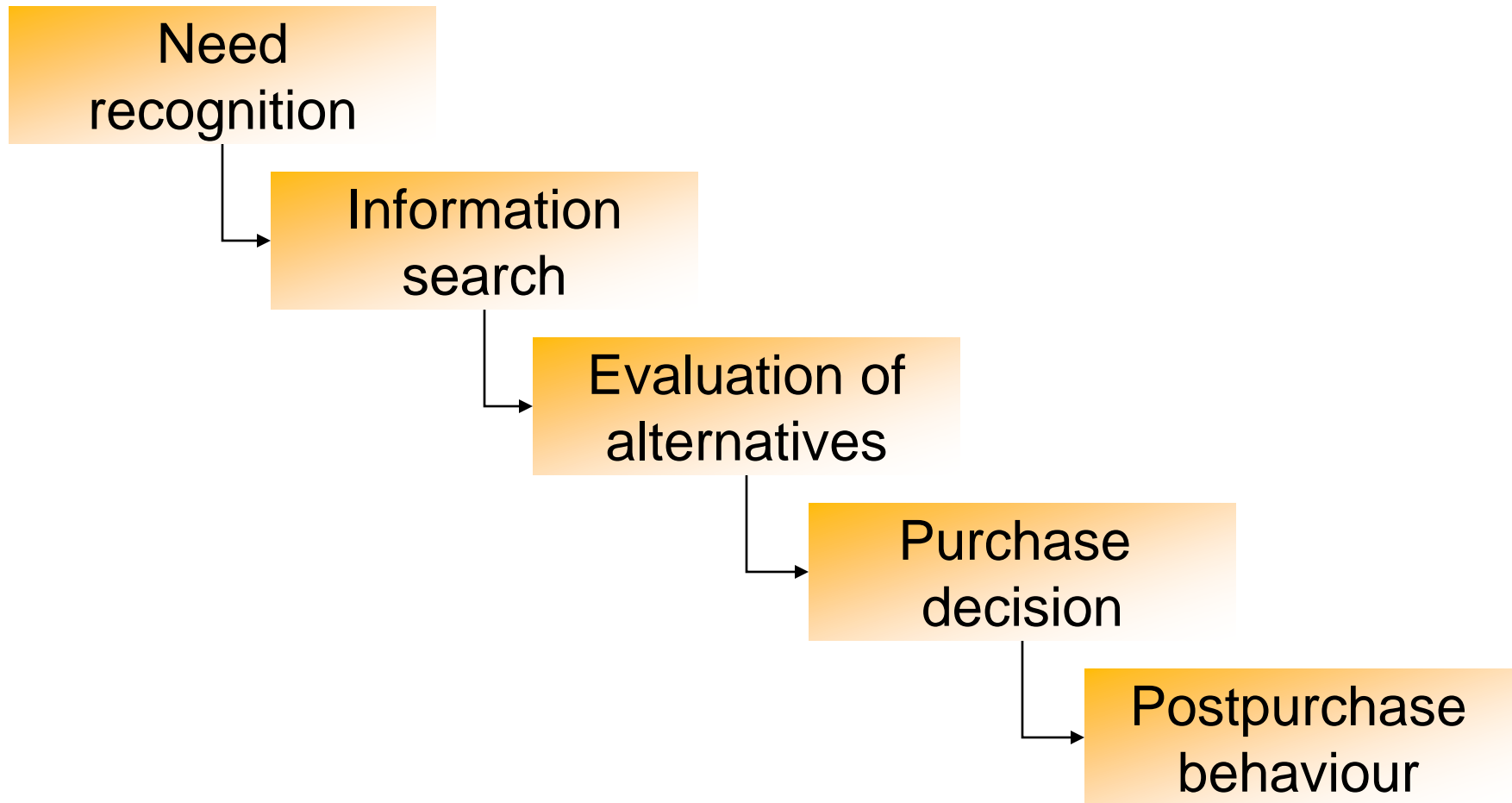
	High involvement	Low involvement
Significant differences between brands	Complex buying behaviour	Variety-seeking buying behaviour
Few differences between brands	Dissonance-reducing buying behaviour	Habitual buying behaviour

Typ av beslutsbeteende

- a) Komplext köpbeteende
- b) Dissonans reducerande köpbeteende
- c) Vanemässigt köpbeteende
- d) Variationssökande köpbeteende

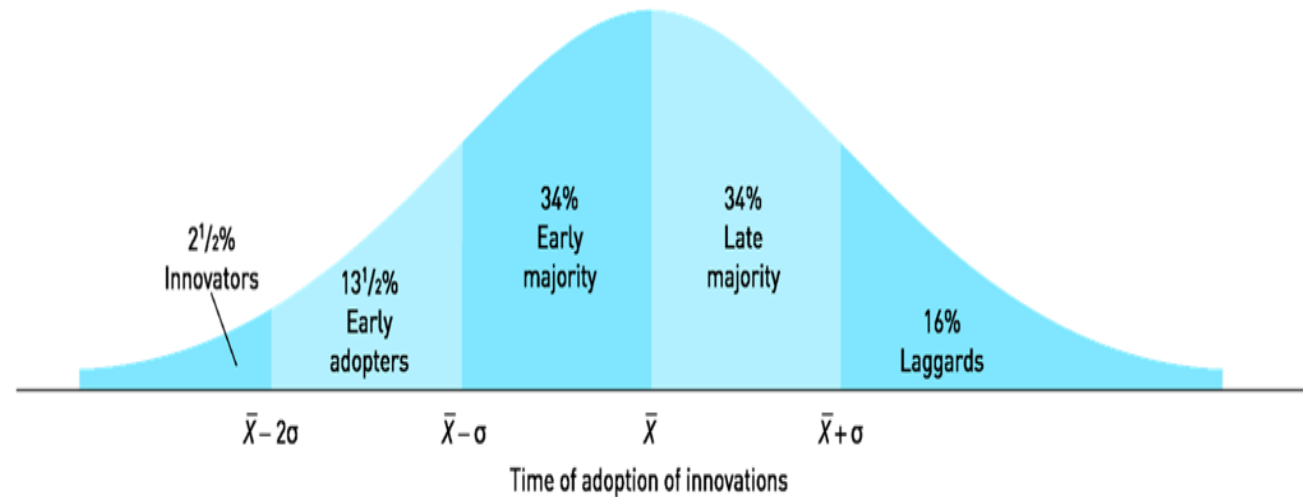


Köpbeslutsprocessen – utifrån kundens synvinkel

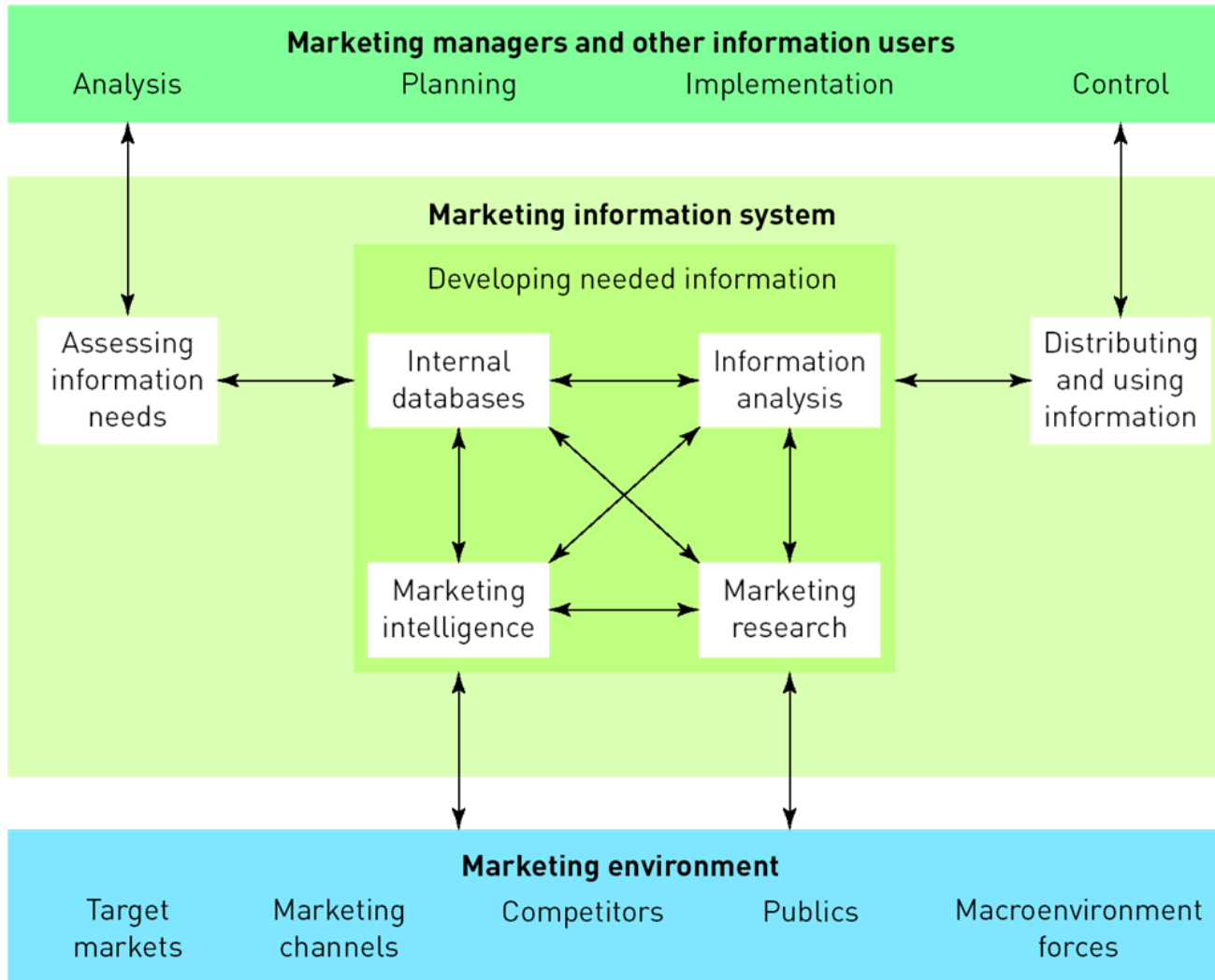


Köpbeslutsprocessen för nya produkter (stegen i adoptionsprocessen)

- Medvetenhet
- Intresse
- Utvärdering
- Test
- Adoption

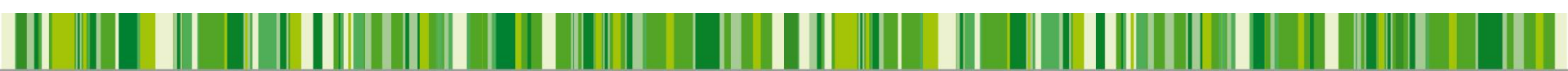


Marknadsinformationssystem och undersökningar



Marknadsinformation och undersökningar

- Intern information
- Marketing intelligence
- Marknadsundersökningar



Marknadsundersökningsprocessen

Defining the problem and
research objectives

Developing the research
plan for collecting information

Implementing the
research plan

Interpreting and reporting
the findings

Marknadsundersökningsprocessen

1. Definition av problemet och undersökningsmål
 - Undersökande
 - Beskrivande
 - Orsak/verkan



Marknadsundersökningsprocessen

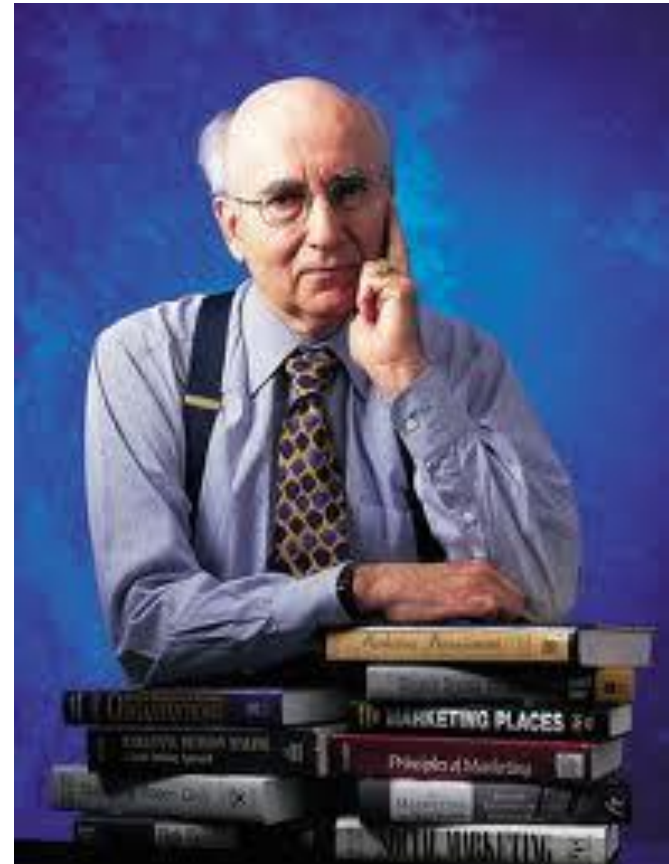
2. Utveckling av undersökningsplan
- Sekundärdata
 - Primärdata
 - Observational
 - Survey
 - Experiment



Marknadsundersökningsprocessen

3. Genomförande av plan

- Insamling av information (kvantitativ och kvalitativ)
- Undersökningsmetod
- Analys av information
- Den dyra delen



Marknadsundersökningsprocessen

4. Tolkning av rapporten

- Slutsatser
- Rekommendationer

Marketing is completed only by mentioning the rest three terms they are:

5) Process

6) People

7) Physical evidence

