Begrippenlijst Marktonderzoek

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Begrip | Omschrijving | Doel | Besproken in Les |
| Marktonderzoek | Gegevens verzamelen en analyseren om een oplossing te vinden van een probleem. | Marktonderzoek biedt ons informatie bij het in kaart brengen en vaststellen van kansen, bedreigingen en toetsen van genomen beslissingen | 1 |
| **deskresearch** | Het gebruiken van bestaande gegevens voor je onderzoek.Deze gegevens kunnen afkomstig zijn van je eigen winkel of externe bronnen. | Op een goedkope manier inzicht krijgen op verschillende ontwikkelingen en trends binnen en buiten de organisatie.  | 1 |
| **Fieldresearch** | Veldonderzoek doen naar onbekende /ontbrekende gegevens | Antwoord krijgen op verschillende vragen die spelen binnen je winkel. | 1 |
| **Kwalitatief onderzoek** | Onderzoek in kleine groepen dat gebruikt wordt om diepgaande informatie te verzamelen door het gedrag te analyseren/observeren en in gesprek te gaan met klanten. | Hierbij willen we weten wat hun wensen, behoeften zijn, bespreken we hun motivatie en hun mening.  | 1 |
| **Kwantitatief onderzoek** | Onderzoek waarbij je grote hoeveelheid cijfermatige informatie worden verzameld door deelnemers vragen te stellen | Op basis van de resultaten: Uitspraak doen over gehele populatie. | 1 |
| Onderzoeksvraag | Formuleren van een vraag over wat je gaat onderzoeken  | De vraag is leidend om je doelstelling te behalen | 2 |
| **SMART** | Doelstellingen worden SMART geformuleerd om het meetbaar te maken.  | Je kan dan achteraf vaststellen of je je doel hebt bereikt | 2 |
| **Modus** | Dit is het meeste voorkomende waarde |  | 4 |
| **Mediaan** | Dit is het middelste waarde bij een oneven aantal reeks getallen. Als er geen middelste waarde voorkomt. Wel twee getallen die samen het midden vormen. |  | 4 |
| **Representatief** | Goede afspiegeling van je totale doelgroep/populatie  |  | 4 |