

Ett av våra företag gjorde en marknadsundersökning. Här är deras tankar före de började med själva undersökningen.

Syftet med undersökningen

Vi vill genom vår marknadsundersökning få reda på hur stor efterfrågan på vår tjänst är. Vi vill få en uppfattning om hur mycket dina kunder är beredda att betala så att vi kan göra en korrekt prissättning. Vi vill även få reda på vilka företag det är som intresserar sig för vår tjänst.

- ▶ Efterfrågan
- ▶ Priset
- ▶ intresse

Målet med undersökningen

Vårt mål är att 65 % av undersökningarna ska komma tillbaka med fullständiga svar.

- ▶ 65%

Undersökningens förväntade resultat

Vi förväntar oss att resultatet på undersökningen kommer att bli positivt. Vi strävar efter att över 50 % av svaren är positiva, då får vi även reda på vilka företag som inte intresserar sig av tjänsten och kan på så sätt sortera ut dem.

- ▶ 50% är positiva

Undersökningens målgrupp

Vi ska vända oss till företag med 10-50 anställda, inom olika branscher, i Helsingborg.

- ▶ 10-50 anställda

Avgränsning av målpopulation

Vi har bestämt oss för att skicka ut undersökningen till 25 slumpvis utvalda företag. Bland dessa företag finns köpcentrumen, restauranger och en del andra företag i Helsingborg så att vi får en helhetsbild från många branscher.

- ▶ 25 företag i olika branscher

Undersökningens ägare

Ägaren av vår undersökning kommer vara VD på vårt UF företag. Vår strategi är att presentera undersökningen som en del av ett arbete i kursen marknadsföring. På så sätt kommer företagen vara ärligare när det gäller priset och inte lika kritiska som de skulle vara om vi presenterade oss som ett företag.

- ▶ VD äger

Hur undersökningen ska presenteras

Vi ska använda oss av en privat mail när vi gör vår undersökning. På så sätt förstår de inte att vi är ett företag. Vi anser att chansen är större att vi får svar över mail.

- ▶ Mail