

CERCETARE DE MARKETING

Scopul cercetării

Determinarea imaginii revistei *Avantaje* și importanța acordată de cititori fiecărei rubrici în vederea reorganizării formulei grafice și de conținut a revistei.

Obiectivele cercetării

Se va urmări:

1. Dacă s-a format sau nu imaginea revistei și dacă imaginea formată este favorabilă sau nu.
2. În ce măsură formarea imaginii a fost influențată de anumite caracteristici ale revistei cum ar fi: prețul, coperta, publicitatea, concursurile promoționale, formula grafică și de conținut, etc.
3. Stabilirea intențiilor de cumpărare în viitor - aprecierea dimensiunilor pieței potențiale.

Formularea ipotezelor

1. Imaginea revistei este formată și este favorabilă.
2. La formarea imaginii au contribuit:
 - Prețul în proporție de 40%
 - Publicitatea și concursurile promoționale 25%
 - Conținutul, coperta, grafica 20%
 - Interviuurile unor vedete 15%
3. Se apreciază că datorită noii formule grafice și noii structuri a revistei, în viitor cota sa de piață va crește cu aproximativ 15%.

Definirea variabilelor

VARIABILA	Definirea conceptuală	Definirea operațională
VÂRSTA	Numărul de ani de la nașterea unei anumite persoane, până la un anumit moment dat.	15-24 ani 25-34 ani 35-44 ani 45-54 ani 55-65 ani peste 65 ani
DOMICILIUL	Spațiul sau locul în care domiciliază stabil o anumită persoană .	București Oraș cu peste 200.000 locuitori Oraș între 50.000-200.000 locuitori Oraș sub 50.000 locuitori Mediu rural
OCUPAȚIA	Îndeletnicire, activitate, slujbă, profesiune.	Elevă sau studentă Învățăământ Domeniul medical / Asistență socială Domeniul financiar Comerț și servicii Regii / administrația de stat Industrie Profesiuni liberale și afaceri proprii
VENITUL	Suma de bani care revine unei persoane sau firme dintr-o activitate prestată sau dintr-o proprietate deținută, într-o perioadă determinată de timp.	Sub 750.000 Între 750.000-1.500.000 Între 1.500.000-2.500.000 Peste 2.500.000

Colectivitatea cercetată

Unitatea de observare: persoane fizice de sex feminin

Unitatea de sondaj: persoane fizice de sex feminin

Elaborarea chestionarului

1. Citiți revista *Avantaje*?

- a) Constant
- b) Ocazional
- c) Foarte rar

2. Ce alte reviste lunare pentru femei citiți constant?

- a) COSMOPOLITAN
- b) ELLE
- c) EXCES
- d) UNICA
- e) Altele (menționați titlul)

3. Ce impresie aveți despre coperta revistei?

- a) Mă atrage să cumpăr revista
- b) Se remarcă de fiecare dată
- c) E la fel ca a altor reviste
- d) Este neinteresantă / neatractivă

4. Care dintre următoarele aprecieri vi se par potrivite pentru *Avantaje*?

- a) Este revista mea preferată
- b) Este o revistă care mă reprezintă
- c) Este ghidul meu în viața de zi cu zi
- d) Este o revistă complexă
- e) Este o revistă practică
- f) Este o revistă obișnuită

5. Cum ați descrie, în ansamblu, modul de prezentare / aspectul general al revistei?

- a) Atractivă
- b) Bine organizată (ușor de urmărit)
- c) Prost organizată (greu de urmărit)
- d) Prea mult text
- e) Prea puțin text
- f) Îmi plac fotografiile
- g) Nu îmi plac fotografiile

6. Păstrați (colecționați) revista după ce o citiți?

- a) DA
- b) NU

7. Vârsta dumneavoastră este:

- a) 15-24 ani
- b) 25-34 ani
- c) 35-44 ani
- d) 45-54 ani
- e) 55-65 ani
- f) peste 65 ani

8. Ce ocupație aveți?

- a) Elevă sau studentă
- b) Lucrez în învățământ
- c) Lucrez în domeniul medical / asistență socială
- d) Profesioni liberale și afaceri proprii
- e) Lucrez în domeniul financiar
- f) Lucrez în comerț și servicii
- g) Lucrez în regii / administrația de stat
- h) Lucrez în industrie
- i) Altele (menționați care)

9. Locuiți în:

- a) București
- b) Oraș cu peste 200.000 locuitori
- c) Oraș între 50.000 - 200.000 locuitori
- d) Oraș sub 50.000 locuitori
- e) Mediu rural

10. Care este venitul dumneavoastră lunar?

- a) Sub 750.000
- b) Între 750.000 - 1.500.000
- c) Între 1.500.000-2.500.000
- d) Peste 2.500.000

11. Câte alte persoane mai citesc revista pe care o cumpărați (precizați un număr aproximativ)?

.....

12. Numiți primele 3 rubrici favorite din revistă.

- 1.
- 2.
- 3.

13. Ce alte rubrici ați dori să mai includem?

.....
.....

14. Ca urmare a recomandărilor din avantaje ați cumpărat sau utilizat vreun produs? Dacă da, ce marcă (produs)?

.....

15. Cum apreciați reclamele din revistă?

- a) Mă ajută în mod decisiv la cumpărături
- b) Sursă importantă de informare
- c) Sunt prea multe
- d) Nu am nici o părere

Ce părere aveți despre rubricile revistei *Avantaje*?

Rubrici	Foarte Bună	Bună	Slabă	Este Incompletă	Vreau ca rubrica să fie extinsă
<i>1.Noutăți / Răsfăț-te puțin</i>					
<i>2.Moda internațională</i>					
<i>3.Moda străzii</i>					
<i>4.Garderobă avantaje</i>					
<i>5.Cum să te îmbraci ca ...</i>					
<i>6.Frumusețe</i>					
<i>7.Te recunoști</i>					
<i>8.Psihotest</i>					
<i>9.Psihologie</i>					
<i>10.Carieră</i>					
<i>11.Cupluri</i>					
<i>12.Staruri (Hollywood)</i>					
<i>13.VIP-uri</i>					
<i>14.Eventiment / Lansări</i>					
<i>15.Mănâncă sănătos</i>					
<i>16.Croitorie + Tipar</i>					
<i>17.Tricotaje</i>					
<i>18.Practic</i>					
<i>19.Grădină</i>					
<i>20.Decorațiuni interioare</i>					
<i>21.Sănătate</i>					
<i>22.Sexologie</i>					
<i>23.Sănătate copii</i>					
<i>24.Copii</i>					
<i>25.Social</i>					
<i>26.Interviu</i>					
<i>27.Tradiții</i>					
<i>28.Cultură</i>					
<i>29.Tineret</i>					
<i>30.Juridice</i>					
<i>31.Financiare</i>					
<i>32.Animale de casă</i>					
<i>33.Clubul avantaje</i>					
<i>34.Portret de cititoare</i>					
<i>35.Turism local</i>					
<i>36.Turism internațional</i>					
<i>37.Concursuri</i>					
<i>38.Ofertă specială avantaje (taloane cu reducere)</i>					
<i>39.Rețete culinare</i>					
<i>40.Horoscop</i>					

Determinarea eșantionului

Determinarea eșantionului se face folosind formula:

$$n = \frac{t^2 \times p(1-p)}{\Delta\omega^2}$$

n - numărul de componente al eșantionului

t - coeficientul care corespunde probabilității de garantare a rezultatelor

p - ponderea subiecților care dețin caracteristica cercetată

$\Delta\omega$ - eroare limită acceptabilă

$P = 97\% \rightarrow t = 2,17$

$p = 0,5$

$\Delta\omega = 3$

$$n = \frac{(2,17)^2 \times 0,5(1-0,5)}{3^2} = 0,1308 \rightarrow n = 1308 \text{ persoane.}$$

În determinarea eșantionului se va ține

seama de următoarele restricții de ordin organizatoric:

1. numărul operatorilor de interviu: 3
2. durata maximă de culegere a informațiilor: 11 zile
3. durata completării unui chestionar: 15 minute
4. durata zilei de muncă a unui operator: 10 ore
5. remunerația orară brută a unui operator de interviu: 10.000 lei
6. bugetul alocat remunerării operatorilor de interviu: 3.000.000 lei

Ținând cont de aceste restricții pot fi interviewate:

$$3 \text{ (operatori)} \times 11 \text{ (zile)} \times 10 \text{ (ore/zi)} \times 4 \text{ (interviuri/oră)} = 1320 \text{ (persoane)}$$