



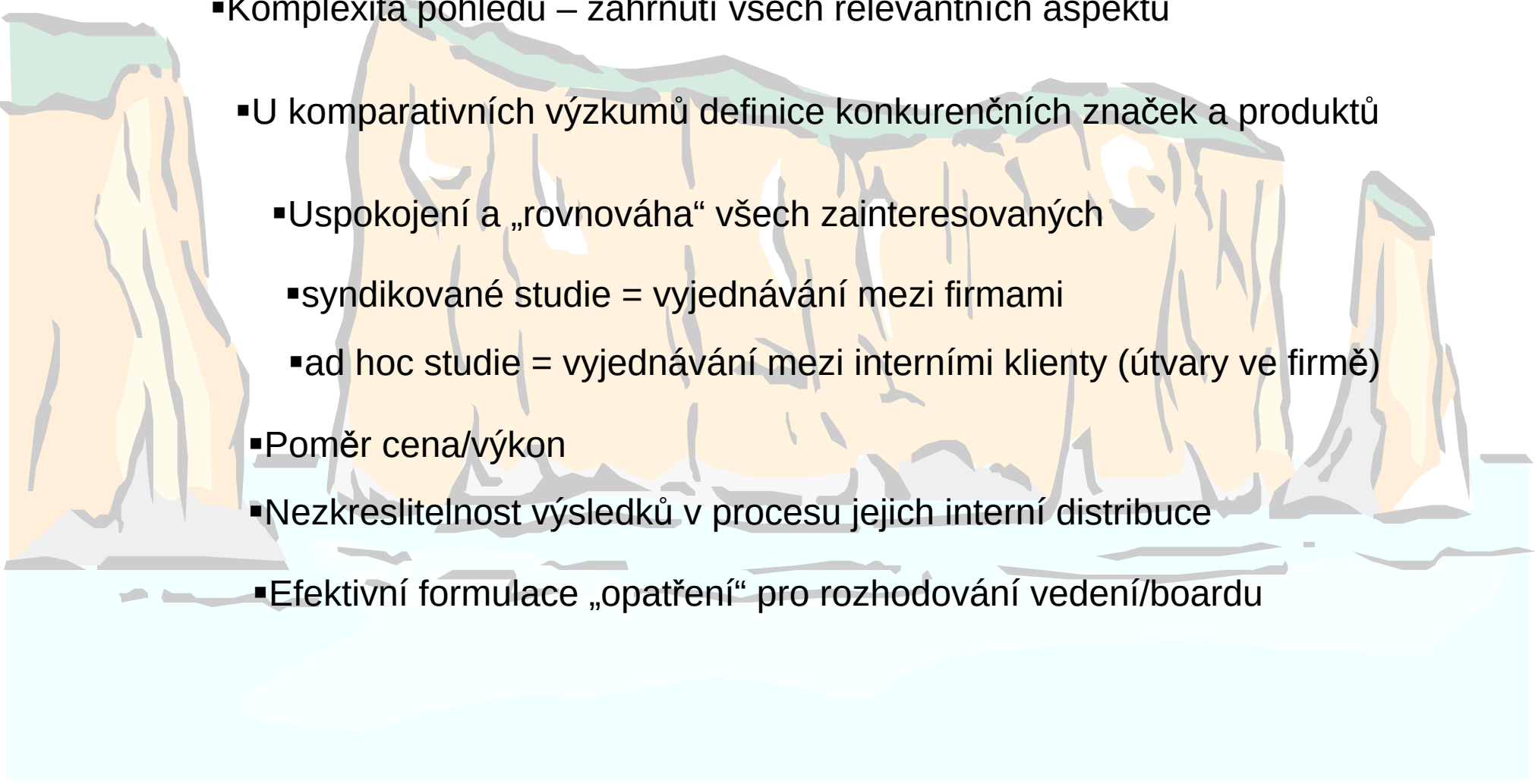
Kritické body kvantitativního výzkumu

Pohled zadavatele výzkumu



Kritické body kvantitativního výzkumu

Pohled zadavatele výzkumu

- 
- Komplexita pohledu – zahrnutí všech relevantních aspektů
 - U komparativních výzkumů definice konkurenčních značek a produktů
 - Uspokojení a „rovnováha“ všech zainteresovaných
 - syndikované studie = vyjednávání mezi firmami
 - ad hoc studie = vyjednávání mezi interními klienty (útvary ve firmě)
 - Poměr cena/výkon
 - Nezkreslitelnost výsledků v procesu jejich interní distribuce
 - Efektivní formulace „opatření“ pro rozhodování vedení/boardu