

Etnoqrafik araşdırma haqqında...

Mən bu günlərdə [çalışdığım şirkət](#) xətti ilə xarici ölkələrdə etnoqrafik marketing araşdırmaları edirəm... iş təcrübəmdə daha əvvəl bu tip araşdırma olmamışdır. Sizə deyim son dərəcə faydalıdır. Bu haqda Sizinlə öz təcrübəmi bölüşmək istəyirəm.

Etnoqrafik araşdırma nədir?

Etnoqrafiya dedikdə biz istehlakçıların həyat təzlərini öyrənməyi başa düşürük. Burada söhbət hansısa geniş kütlənin öyrənilməsindən deyil, məhz dar kütlə haqqında dolğun [informasiyadan](#) gedir. Konkret marketing nöqtəyi nəzərdən etnoqrafik araşdırmalar vasitəsi ilə istehlakçıların bizim təklif etdiyi kateqoriyadan necə istifadə etdikləri, alış zamanı hansı etaplarda, necə qərarlar verdikləri barədə danışırıq və s. Məsələn düşünün ki, [Vimm Bill Dann](#) Azərbaycan bazarına hansısa məhsulunu salmaq istəyir. Bunun üçün keçiriləcək ən birinci araşdırmalar başında etnoqrafik araşdırma dayanmalıdır. Çünki bizim ölkədə süd məhsullarının istehlakı, ruslarla müqayisədə daha fərqlidir və s.

Təbii ki, deməyə ehtiyac yoxdur və biz bilirik ki, yaxşı araşdırma düzgün yazılmış araşdırma Brifindən başlayır. Bu haqda burada [ətraflı oxuya bilərsiniz](#).

Etnoqrafik araşdırmalar necə aparılır?

Bu araşdırmanın aparılmasının ən yaxşı yolu müştəri evlərinə ziyarətdir. Əvvəlcədən araşdırma şirkəti tapılır, bu şirkət konkret Sizə lazım olan müştəri kütləsini təyin edir... [\(segmentasiya edilir\)](#) və araşdırma edilir. Bu tip evlərə ziyarətlərdə sifariş olaraq Sizin şəxsən iştirak etməyiniz mütləqdir! Hətta mən deyirdim ki, Sizsiz bu edilməli deyil. Hər nə qədər hesablar veriləcəksə, real kontaktda əldə edilən düşüncələrin (insaytların) qiyməti yoxdur. Biz mütləq

çalışmalıyıq ki, etnoqrafik araşdırmaları müştərinin konkret istehlakı həyata keçirdiyi yerlərdə edək. Bununla biz real olaraq hər çeyi təsəvvür edə bilirik.

Etnoqrafik araşdırmalar – fokus qrupdan üstün tərəfləri.

[Fokus qrup](#) nəticəsində biz hansısa hədəf kütlə haqqında dərinləşdirici informasiya əldə edirik. Bir növ həm fokus qrup, həm etnoqrafik araşdırma nə qədər deyil, nə (və ya necə) suallarına cavab ver. Bununla məhz etnoqrafik araşdırma ilə Siz araşdırma prosesini canlı zaman kəsiyində hiss edə bilərsiniz. Əgər fokus qrupda Sizinlə müştəri arasında bir sərhəd varsa... bu dəfə etnoqrafik araşdırmada bu sərhəd yoxdur. Siz rahatlıqla istədiyiniz məlumatı real istehlak prosesində hiss edirsiniz və öyrənə bilərsiniz.

Bir sözlə hesab edirəm ki, etnoqrafik araşdırmalar bazar haqqında düzgün informasiya əldə etmək istəyən bütün marketoloqlar üçün vacibdir... Sizcə bu istəməyən marketoloq var?!

[Başsız atlı...](#)

[Araşdırma şirkətlərinə açıq məktub](#)