

Gyakorlati marketing az online világban

Tudományos Diákköri Munka

Témavezető:

PhDr. Korcsmáros Enikő, PhD

Készítette:

Szabó Eszter

2020



Az előadás menete

1. Szakirodalmi áttekintés

2. A dolgozat célja

3. A kutatás módszertana

4. A kutatási eredmények

5. Következtetések

Szakirodalmi áttekintés

McCarthy 4P-7P

Árstratégiák

Hagyományos 4P összehasonlítás a
modern 4C-el

Vízió kialakítása

SWOT elemzés

PEST modell

Értékesítési tölcsér

Keresőmarketing

Tartalommarketing

A dolgozat célja

A marketingtevékenység vizsgálata a mindennapok vállalkozásainál.

Szakirodalom által
megfogalmazott
marketing eszközök
fontosságának
felmérése a
vállalkozásoknál.

Az online marketing
elterjedésének
vizsgálata a mikro-,
kis- és közép
vállalkozásoknál.

A kutatás módszertana

Primer adatgyűjtés

- Online kérdőíves lekérdezés, 2019 novemberétől 2020 márciusáig

Kvantitatív módszer

- Kiértékeléshez: Microsoft Access

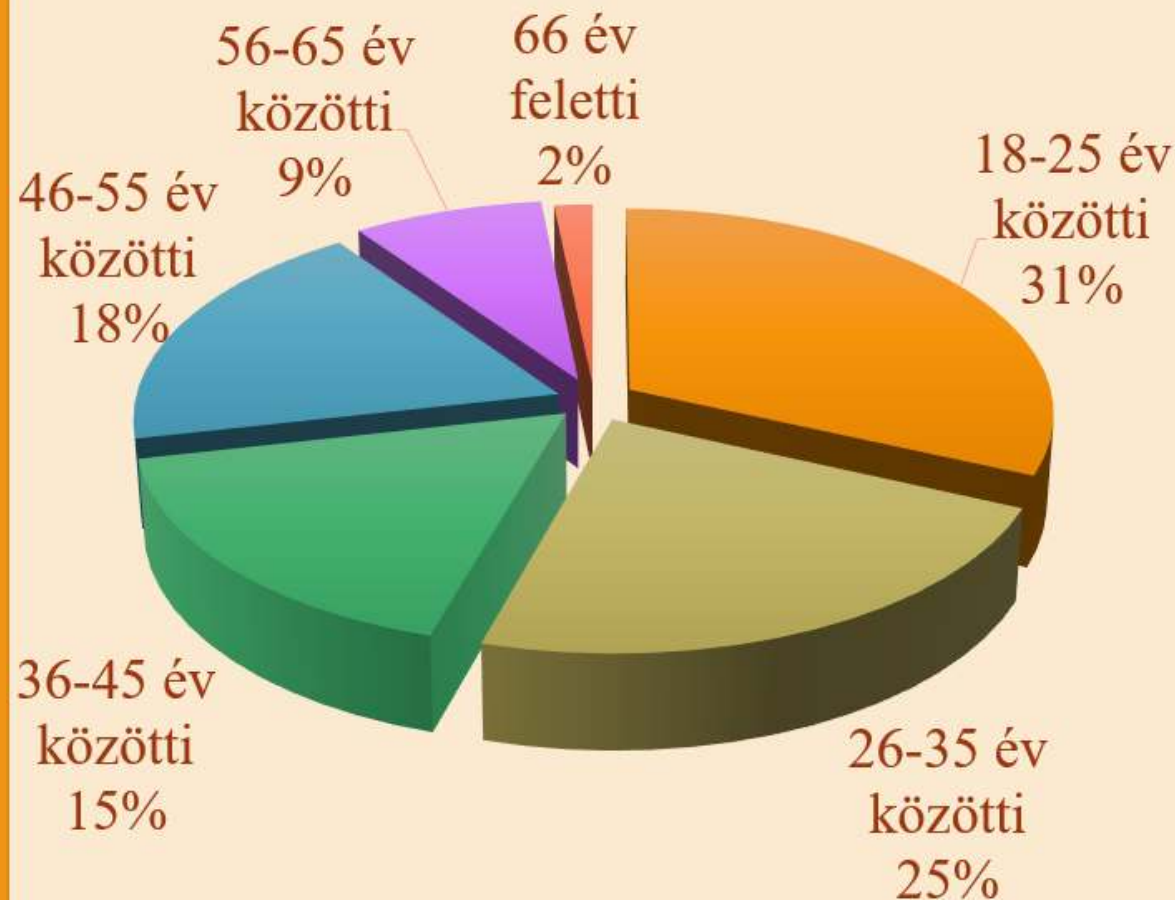
Minta 124 db vállalkozó

A kérdőív eredményei

Értékelt válaszadók
száma: 124 db

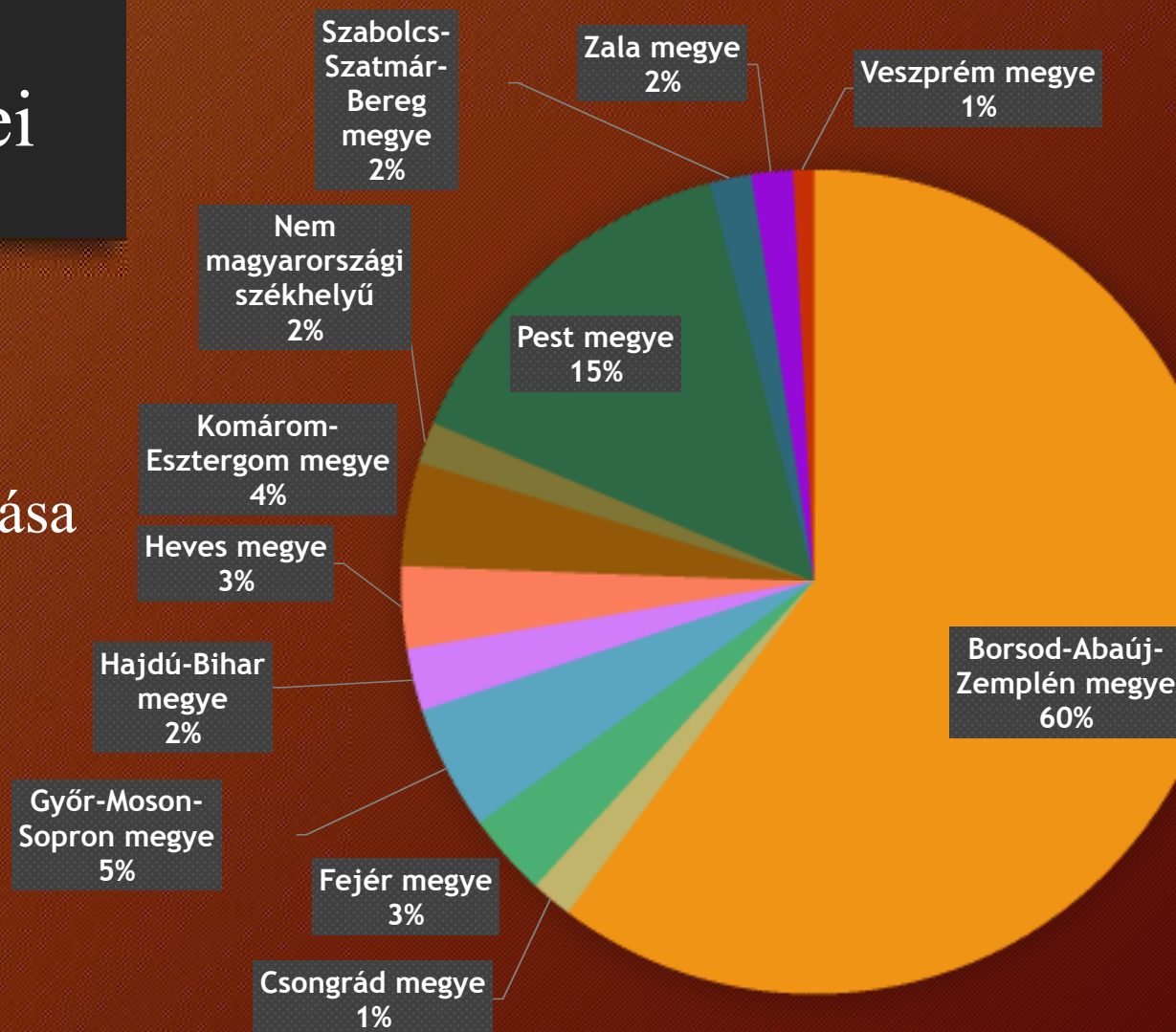
➤76 db nő

➤48 db férfi



A kérdőív eredményei

- A megkérdezett vállalkozások megoszlása megyék alapján.



Vállalkozásuk alapítási éve	Web felületen	Online közösségi média felületen
1939-2000	50%	50%
2001-2010	53%	47%
2011-2020	50%	50%

A megkérdezettek világhálón való megjelenésének formái

A vállalkozók véleménye a marketingtevékenység fontosságáról

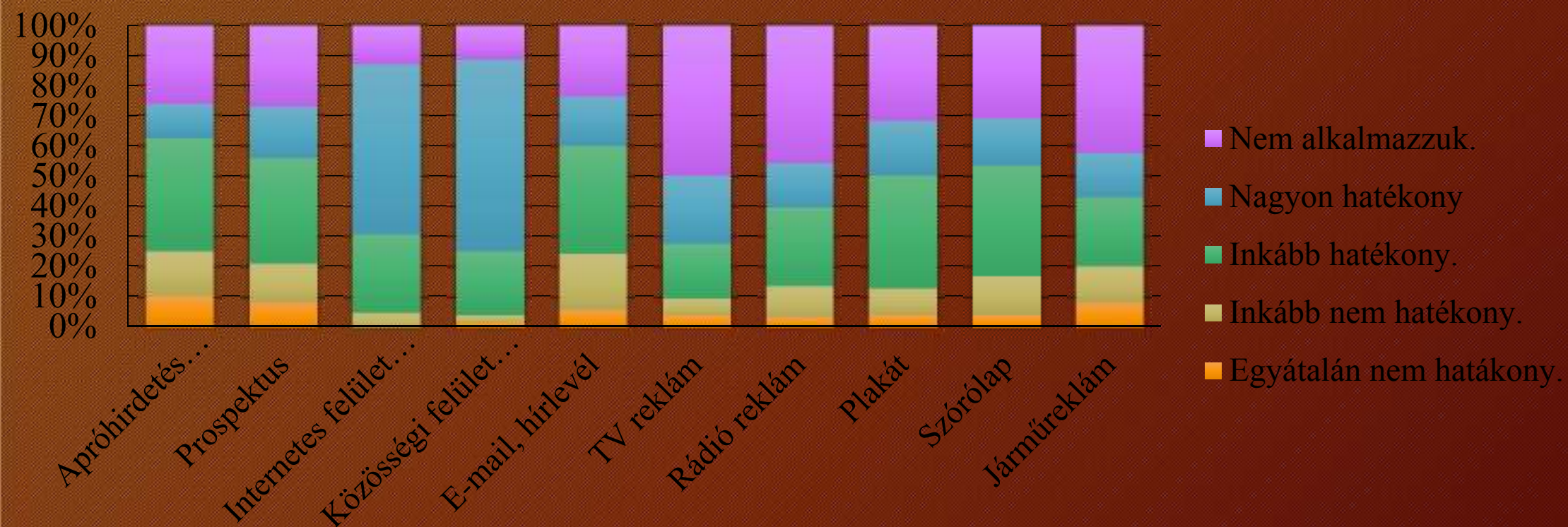
	egyáltalán nem	kismértékben	fontos, de nem elsődleges	nagyon fontos
Mikrovállalkozás	3%	33%	14%	26%
Kisvállalkozás	1%	6%	3%	7%
Középvállalkozás		3%	1%	3%

Válaszadók nézetei marketing szempontból



A kitöltők megoszlása az alkalmazott árpolitika alapján

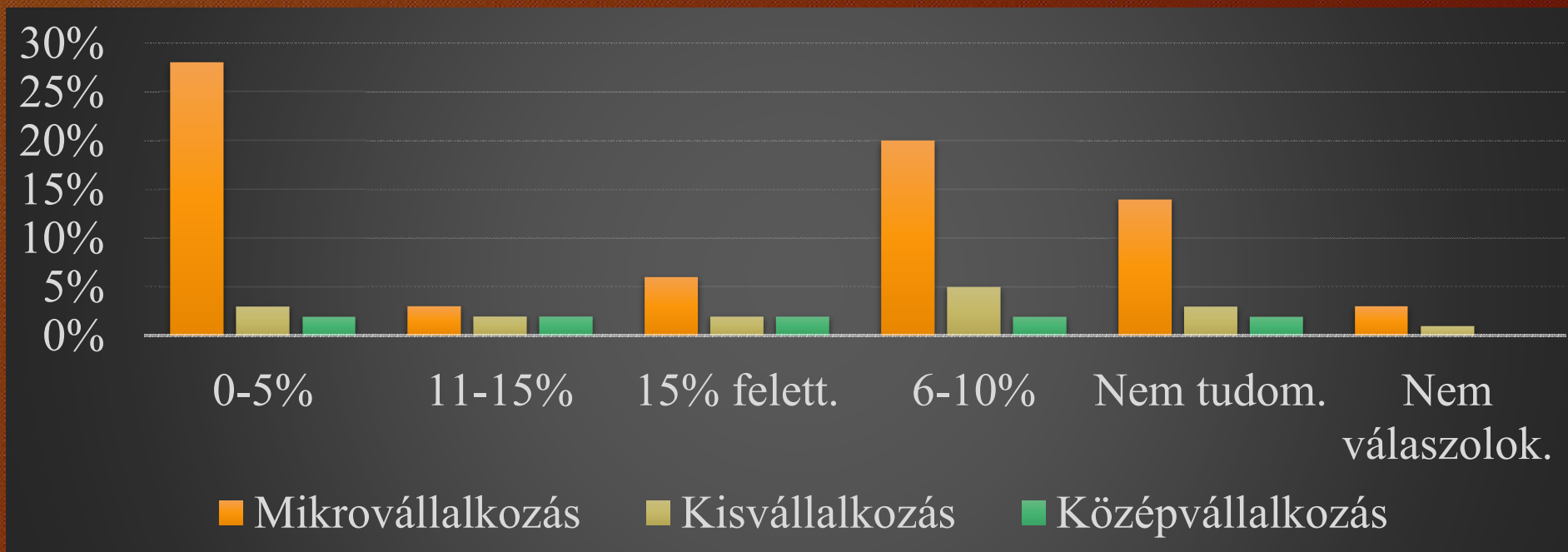




Top marketing eszközök hatékonysága

A kérdőív eredményei

- A bevételből marketing tevékenységek megvalósítására fordított összeg aránya.



A kérdőív eredményei

- Kitöltők vélekedései a vállalati marketingtevékenység sikerességéről.
- Válaszadók 88-an nyilatkoztak igen válasszal.



Következtetések

A női vállalkozók aránya nő.

A 2000-es évekig megvalósult vállalkozások egyaránt használnak web, mint online közösségi média felületet.

2000-2010 között bejegyzettek vállalkozók inkább a web felületet preferálják.

A napjainkban a vállalkozók a régebbi web felületet olyannyira használják, mint a közösségi médiát.

Köszönöm megtisztelő figyelmüket!