

Marketing research

Marketing research is the function that links the consumer, customer, and public to the marketer through information--information used to identify and define marketing opportunities and problems; generate, refine, and evaluate marketing actions; monitor marketing performance; and improve understanding of marketing as a process. Marketing research specifies the information required to address these issues, designs the method for collecting information, manages and implements the data collection process, analyzes the results, and communicates the findings and their implications.

تحقیق بازاریابی فعالیتی است که متصل می کند مصرف کننده، مشتریان و همه در میان بازرگان اطلاعات را، اطلاعات مصرف میکند جهت شناسایی و تعریف فرصت ها و مشکلات بازاریابی، خلق کردن، تصحیح کردن و ارزیابی فعالیت های بازاریابی، مونیتور کردن عملیات بازاریابی و توسعه فهم بازاریابی به عنوان یک فرایند. تحقیق بازاریابی مشخص می کند نیازهای اطلاعات را به آدرس این مباحث و طرح های روش هایی برای گردآوری اطلاعات، مدیریت و ابزار فرآیند گردآوری داده و آنالیز نتایج و مرادفات یافته ها و مفاهیم آن ها.

Market research

The systematic gathering, recording, and analyzing of data with respect to a particular market, where market refers to a specific customer group in a specific geographic area.

گردآوری، ثبت و آنالیز سیستماتیک داده جهت به تصویر کشیدن بازار، جایی که بازار مراجعه می کند به گروه مشتریان خاص در یک منطقه جغرافیایی خاص

Ref: (AMA)