

# Efnisyfirlit

1. Inngangur .....	1
1.1. Aðferðafræði .....	1
1.2. Markmið og uppbygging rannsóknar .....	2
2. Fræðileg umfjöllun.....	4
2.1. Markaðssetning .....	4
2.2. Stafræn markaðssetning .....	6
2.3. Stjórnun viðskiptatengsla.....	8
2.4. Vörumerki .....	9
2.5. Samval söluráðanna .....	10
2.6. Kauphegðun .....	12
2.7. Áhrif á kaupvenjur .....	13
2.8. Ytra og innra umhverfi.....	14
3. Hring eftir hring .....	20
3.1. Vörulínur Hring eftir hring.....	20
3.1. Staðan í dag.....	21
3.2. Ímynd og staða vörumerkisins Hring eftir hring.....	24
3.3. PEST greining.....	25
4. Skilgreining á vandamálinu .....	27
4.1. Aðferð og hönnun rannsóknar.....	27
4.2. Greining gagna og úrvinnsla .....	28
5. Úrvinnsla rannsóknar .....	29
5.1. Niðurstöður úr spurningakönnun 1 .....	29
5.1. Niðurstöður viðtal 1 .....	36
5.1. Niðurstöður úr spurningakönnun 2 .....	38
5.2. Niðurstöður viðtal 2 .....	45
6. Markaðsgreining Hring eftir hring.....	47
6.1. Markhópur fyrirtækisins .....	47
7. Endanlegar niðurstöður.....	54
7.1. SOSTAC .....	54
8. Ályktanir og tillögur .....	61
8.1. Frekari rannsóknir .....	62
8.2. Takmarkanir .....	62
9. Lokaorð .....	63
Heimildaskrá .....	64
Viðaukar.....	66