

هناك 4 أساليب مهمة أو نماذج وصفية يمكن استخدامها ف التوقع :

(1) أسلوب دلفي	• من أكثر الطرق شيوعا ف التنبؤ بالظواهر الوصفية • ترتيب الآراء بواسطة سلسلة مستقلة من الأصوات + الاستفادة من التغذية العكسية • استخدام مجموعة من الخبراء --- < عرض أسئلة والإجابات عليها تستخدم لخلق أسئلة جديدة
(2) أسلوب بحوث التسويق	• أسلوب واعي + علمي + منظم --> إجراء اختبار للافتراضات عن السوق الحقيقي • التوقع للأجل القصير ، المتوسط ، الطويل + التنبؤ بالمبيعات للمنتج الجديد + التنبؤ بالعوائد • يحتاج إلى بيانات + أساليب البحث العلمي--> قوائم الأسئلة والاستقصاء الميداني
(3) أسلوب مجموعة الآراء المحصلة	• التوقع المبني على آراء مجموعة من الخبراء • يعتمد في التنبؤ ع اتصال بين الخبراء والمختصين • قد يتأثر التنبؤ بالعوامل الاجتماعية فلا يعكس الرأي الحقيقي للمجموعات • يتراوح بين ضعيف و أقل من المتوسط---< للمدى المتوسط والأجل القصير
(4) أسلوب التشابه التاريخي	• مقارنة وتحليل عدد من المبيعات المتشابهة في مرحلة التقديم والنمو • ضعيفا--< في التنبؤ للمدى القصير • بين متوسط وضعيف --< للمدى المتوسط والطويل • للتنبؤ بالمبيعات الجديدة أو العوائد منها