

تحقیق بازار چیست؟

بسیاری از کارآفرینان در خلق و ایجاد یک محصول جدید و منحصر بفرد مهارت دارند، اما تعداد زیادی از کارآفرینان از تعیین یا ایجاد بازاری که محصول یا سرویس آنها را تقاضا کند غفلت می‌ورزند.

اغلب شنیده می‌شود که کارآفرینان باجملاتی مانند:

- چون من محصول را دوست دارم افراد دیگری هم پیدا می‌شوند که آنرا دوست داشته باشند.

- اگر دیگران می‌توانند با فروش این محصول درآمد داشته باشند پس من هم می‌توانم.

- چون هیچ فروشگاه‌هایی در شهر من این محصول را نمی‌فروشد پس حتماً نیاز به آن وجود دارد و ...

وجود نیاز برای محصول خود را توجیه می‌کنند و این مرحله را نادیده می‌انگارند که اگر تحلیل بازار به صورت کاملتری انجام شود و کارآفرین از نتایج آن استفاده نماید، نرخ شکست کسب و کارهای جدید به طور قابل توجهی کاهش خواهد یافت. بدیهی است ضرورت تحقیق بازار بخصوص برای کارآفرینانی که قصد ارایه یک محصول جدید را دارند بیشتر است.

تحقیق بازار چیست؟

اساساً تحقیق بازار مشاهده عملکرد مشتریان به منظور درک این که عاملی توجه آنها را جلب می‌کند و نهایتاً نتیجه‌گیری کردن از این مشاهدات است. با بیانی رسمی‌تر تحقیق بازار را اینگونه تعریف می‌کنند: (تحقیق بازار، جمع‌آوری - ثبت و تحلیل سیستماتیک و هدفمند داده‌ها درباره مشکلات مرتبط با بازاریابی کالاها و خدمات است).

چرا تحقیق بازار انجام میگیرد؟

اطلاعاتی که از تحقیق بازار بدست می‌آیند از آندسته‌ای نیستند که تنها فایده آنها دانستنشان است و اصطلاحاً اطلاعات عمومی بشمار می‌رود، بلکه تحقیق بازار باید بتواند راهنمای شما در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کسب و کارتان باشد این تحقیق هنگامی ارزشمند است که بتواند منشاء درآمدی بیشتر از هزینه‌ای که ایجاد کرده باشد. فرض کنید شما در یک بررسی به یکی از نیازهای پاسخ‌گفته نشده مشتریان پی‌برید بر این اساس شما می‌توانید محصول یا خدمت جدیدی ارائه دهید یا در محصول فعلی تغییراتی متناسب با این نیاز ایجاد کنید.

تحقیق بازار ارتباط شما با مشتریان فعلی و بالقوه‌تان برقرار می‌سازد و به شما کمک می‌کند تا فرصتها را در بازار تشخیص دهید. به عنوان مثال اگر شما بخواهید یک خرده‌فروشی در یک موقعیت خاص جغرافیایی برپا کنید و متوجه شده‌اید که هیچ خرده‌فروشی مشابهی در حال حاضر وجود ندارد، شما در واقع یک فرصت مناسب را یافته‌اید. این فرصت هنگامی ارزشمندتر خواهد بود که در آن منطقه تعداد زیادی از افراد مناسب بازار محصول شما سکونت داشته باشند.

تحقیق بازار مشکلات بالقوه را هم کشف و شناسایی می‌کند. فرض کنید که قصد دارید در یک محل ساختمان احداث کنید ولی در تحقیقات بازار متوجه می‌شوید که در آن ناحیه تهیه تلفن برای واحدهای احداثی سخت است و مخابرات نیز در آینده نزدیک طرحی برای توسعه و تامین تلفن ندارد در اینجا شما مشکل بالقوه را تشخیص داده‌اید که عبارت از دشواری احتمالی یافتن مشتری برای واحدهای ساخته شده است.

پس:

تحقیق بازار شما را در درازنایی میزان موقعیت کمک و همچنین اطلاعات می‌تواند نشانگر نیاز استراتژی های بازاریابی باشند. سوالاتی که که تحقیق بازار به ما جواب میدهند عبارتند از:

رقبای اصلی من کدامند و چگونه با من رقابت میکنند؟ جواب این دو سوال می‌تواند راههای رسیدن به موفقیت باشد.