

Marknadsundersökning

En mycket viktig undersökning där du låter dina nuvarande eller tilltänkta kunder säga vad de vill. De flesta mu görs löpande under året och kategoriseras oftast som kundattitydundersökningar.

De flesta av oss tror att den vanligaste marknadsundersökningen är en undersökning där en nyföretagare testar testar en idé, pris eller andra variabler. Det är det inte, tvärtom.

Bäst information vinner.

Den information som du har absolut mest och störst nytta av sitter dina kunder på, var noga med att fånga upp dina deras tankar och idéer. Allt från klagomål till konstruktiva och kreativa tankar om allt annat är guld värt.

Före - din marknadsundersökning, mu

Som alltid när du startar ett projekt eller liknande är det viktigt att veta vad du ska göra, syftet med ditt arbete. Du ska även definiera ett antal andra viktiga variabler före du börjar formulera undersökningens frågor.

Struktur

För absolut bästa resultat gäller det att skapa en underliggande struktur att arbeta efter.

Om du saknar struktur kommer dina frågor och därmed dina svar förmodligen att bli fel riktade, vilket är katastrof.

- ▶ Fel inställning genererar fel frågor.
- ▶ Fel frågor genererar fel svar.
- ▶ Fel svar genererar fel beslut.
- ▶ Fel beslut genererar oreda.
- ▶ Oreda genererar dålig lönsamhet.

Syfte

Varför gör du din marknadsundersökning?

Mål

Vad har du för mål med din marknadsundersökning?

Målgrupp

Vilken målgrupp vänder sig marknadsundersökningen?

Avgränsning

Hur ska du avgränsa din marknadsundersökning?

Metod/Genomförande

Vilken metod ska du använda dig av?

Hur ska du genomföra din marknadsundersökning?

Förväntat resultat

Vad förväntar du dig uppnå med din marknadsundersökning?

Ägare

Vem äger din marknadsundersökning?

Hur beslutas om korrigeringar

Presentation

Hur och för vem tänker du presentera slutresultatet?

I början

Observera att ovan struktur görs före du börjar med att skapa din marknadsundersökning. Det är en struktur som ska hjälpa dig rätt i dina tankar och på så sätt få dig på mentalt rätt spår.

När din struktur är klar kan du börja med arbetet kring din marknadsundersökning. Det är en helt annan story.

"Det finns tre typer av lögn: lögner, förbannade lögner och statistik"

- Benjamin Disraeli, 1804-1881, brittisk politiker & författare