

3 Adımda Pazar Yeri Analizi



1. Adım:
Hedef
kitlenizi
tanıyın



2. Adım:
Rakiplerinizi
anlayın



3. Adım:
Değer önerinizi
belirleyin

Pazar yeri analizinin size faydası nedir?

Müşterilerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamanıza, sunduğunuz ürün veya hizmetlerin değerini ölçmenize, rakipler karşısında öne çıkmanıza ve pazardaki değişimleri takip etmenize yardımcı olabilir.

1 Hedef kitlenizi tanıyın

Hedef kitleniz, ürününüzü satın alabilecek herkeştir.

Ne tür insanlardır?

- Yaş, gelir veya konum gibi ihtiyaçlarını etkileyen özellikleri düşünün
- TÜİK bilgi ve araçlarını kullanarak araştırma yapın

Sizinki gibi ürün veya hizmetlerle nasıl etkileşim kuruyorlar?

- Hedef kitle anketleri yapın ve satın alma davranışlarını gözlemleyin
- Sizinki gibi ürün veya hizmetleri neden ve ne sıklıkla satın aldıklarını belirleyin

Ne kadar ödeyebilirler?

- Fiyatınızı müşterilerin gelirin, onlar için ürünün önemine ve benzer ürünlerin fiyatına göre belirleyin
- Fiyatlandırmanızı bildirmek için **Ticaret Bakanlığı Ekonomik Analiz Bürosu** ve **Tüketici Fiyat Endeksleri**'ni kullanın.



Kaç potansiyel müşteriniz var?

- **Çalışma İstatistikleri** bilgileriyle pazar büyüklüğünüzü tahmin edin
- Ürün ve hizmetlerinizi ek pazarları hedefleyecek şekilde ayarlayarak müşteri tabanınızı genişletin



2 Rakiplerinizi anlayın

Benzer ürün ve hizmetler sunan şirketleri analiz etmek, pazarı anlamanıza ve daha güçlü bir teklif oluşturmanıza yardımcı olabilir. Yerel Ticaret Odanız veya internet araması aracılığıyla rakipleri bulun.

Ne kadar baskınlar?

- Pazar paylarını belirlemek için bu formülü kullanın

Pazar payı

=

Şirketin belirli bir süre içindeki toplam satışları

÷

Tüm sektörün aynı dönemdeki toplam satışları

Sektör ticaret grupları veya şirket web sitesi aracılığıyla mevcut verileri araştırarak şirket satışlarını tahmin edin

Devlet raporları ve sektör satış istatistiklerine aracılığıyla sektör satışlarını araştırın



Güçlü ve zayıf yönleri nelerdir?

- Rakibinizin neleri iyi yaptığını ve yapmadığını araştırın
- Taklit edebileceğiniz güçlü yönleri ve kaçınabileceğiniz zayıf yönleri hedefleyin

Hedef kitlenizle ilişkileri nasıl?

- Hedef kitleniz arasında ne kadar popüler olduklarını belirlemek için
- Rakiplerinizin kimlere yönelik pazarlama yaptığını anlayın

3 Değer önerinizi belirleyin

Değer önerinizi belirlemek için müşterileriniz ve rakipleriniz hakkında öğrendiklerinizi kullanın.

İşletmeniz ne gibi bir değer sunuyor?

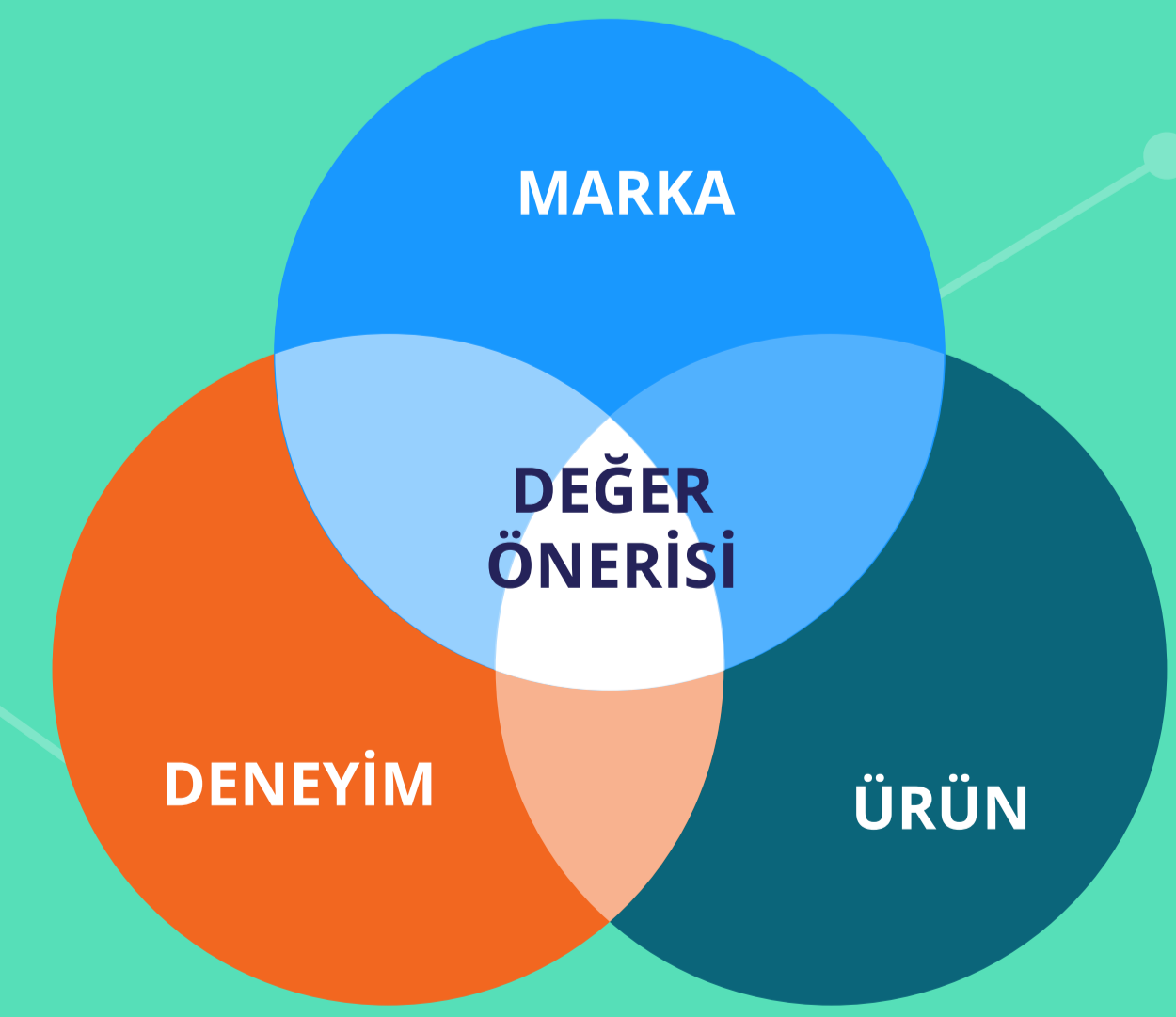
- Ürün veya hizmetinizin müşterilerin ihtiyaçlarını rakiplerden daha iyi nasıl karşıladığını analiz edin

İşletmenizi nasıl geliştirebilirsiniz?

- Üretim hızı veya düşük fiyatlar gibi daha iyi olabileceği yolları belirleyin

İşletmenizi rakiplerinden ayıran nedir?

- Kullanıcı deneyiminizi, marka ve ürününüzle olumlu bir ilişki kuracak şekilde oluşturun



Müşterileriniz, rakipleriniz ve ekonomi ile ilgili değişiklikleri takip etmenin önemli bir yolu olarak pazar yeri analizini kullanın.