

市場調研介紹

要成功運轉一個企業，您必須知道誰是您的客戶，他們需要什麼以及如何與他們取得聯絡。市場調研可以幫助您得到有關您客戶和競爭者的準確而具體的資訊，這對您啟動或擴展您的企業至關重要。消費者的需求會影響並直接指導您公司活動的各個方面，並可決定您企業的成功或失敗。

為什麼要做市場調研？

您的企業運營可能處於非常活躍的環境中。經濟狀況的轉變、人口的變化、新的法規和技術上的變化都可能影響您的企業的運營方式。

市場調研可以幫助您：

- 更好地瞭解您客戶的特點和喜好
- 識別機會，以增加銷售和壯大您的業務
- 監控您所在市場的競爭程度
- 降低您企業決策的風險
- 制定並完成您的企業計劃

已經建立的企業如果考慮重大改變，如業務擴展或搬遷，也可以利用市場調研支持其決策。其它一些可能要求市場調研的常見情況包括：

- 推出新的廣告宣傳活動
- 增加生產或庫存水平
- 引進新的產品或服務線

怎樣做市場調研

開始調研之前，先為您即將從事的市場調研活動確定清楚的目標。您應該界定您需要瞭解什麼和為什麼。

一旦您確立了目標，您就可以制定戰略並選擇您將使用的方法收集數據。您可以採用的兩大類型調研是初級和二級調研：

- **初級調研**主要是通過問卷調查、焦點人群、現場測試等直接收集潛在客戶的數據。您可以自己做也可以僱用一家公司為您做此調研。您如果自己做，您的成本就低，而且還可得到為您的企業瞭解市場情況的附加好處。

初級調研的缺點是它可能費時又費錢，特別是如果您僱用營銷公司做此研究。好處則是您能針對特定人群（如您的客戶或適合您企業的地域市場）量身設計您的調研方案，回答一些具體問題。

- **二級調研**涉及從業已收集上來的數據-如人口數據和行業統計數據-中細細尋找現有的資訊，並把該資訊用到您自己的企業或營銷計劃中。

二級調研利用現有資源，如公司記錄、問卷調查、專門研究和書籍。它通常不像初級調研那樣費時，花費也比較低。

儘管二級調研沒有初級調研的針對性那麼強，但它仍可帶來有價值的資訊。

下面是可以通過二級調研解決的問題舉例：

- 當前的經濟情況如何？它們正在改變嗎？
- 行業發展的趨勢是什麼？
- 我的產品或服務有國際市場嗎？
- 我的客戶是誰？(人口、年齡段、收入水平、住在哪裏，等等)
- 勞動力市場狀況如何？

另一個關鍵的二級資源來自官方統計機構、協會和私人組織的統計數據。

我需要什么知道什麼？

做調研時您可能想知道一些問題的答案；初級或二級調研將幫助您找到答案。您可以考慮的一些問題包括：

- **誰是我的客戶？**
瞭解誰是您的客戶將幫助您選擇一個地點、確立定價方法、並規劃銷售戰略。請問您自己：誰會買我的產品？我的客戶有什麼習慣和喜好？
- **對我的產品/服務有需求嗎？**
請確保您的產品或服務會滿足您客戶的需要。
- **誰是我的競爭對手？**
確定誰是您的主要競爭對手，努力找到他們的長項和短處，並將您的企業與之比較。
- **我的客戶的地理位置在哪？**
瞭解您的潛在客戶在哪裏將幫助您選擇一個地點、所要採用的宣傳方式、和其它營銷戰略。它還會幫助您瞭解行業的變化以及這些變化會如何影響到銷售。
- **我將如何收費？**
您企業的目標是實現您的利潤最大化，同時保持競爭力。定價可以在您企業的成功中發揮很大的作用，所以您要考慮您的競爭對手對類似產品和服務是如何收費的，以及您是否能夠隨著時間的推移維持您的價格。
- **我該如何宣傳我的產品/服務？**
確保您用最有效的方法宣傳您的企業。當決策一項促銷戰略時，請考慮您的競爭對手在做什麼和什麼樣的宣傳媒體最適合您的客戶（譬如，網絡媒體適於青少年市場）。

找到能夠幫助您企業決策的數據可能很難，有時要高價購買。然而，有不少經濟實惠的統計和分析資源可為您利用，還有指導性文件可以幫助您讓那些可得到的資料具有意義。

Canada Business / Entreprises Canada 網站的調研與統計網頁提供一系列數據和分析資源的分類鏈接，其中許多可免費獲得。其它二級調研材料的來源包括圖書館、大學、行業協會和政府部門。

免費的市場調研服務

Info entrepreneurs 的專業調研服務辦公室從下列資源為您提供二級市場調研資訊：

- 企業協會、供貨商、製造商和分銷商的聯絡資訊
- 商業計劃樣本
- 加拿大人口資訊
- 消費支出數據
- 行業動態與發展趨勢
- 國際貿易數據