



MIÉRT, KELL KUTATNI?

TIPPEK, ÖTLETEK AZ ÖTLETEK TESZTELÉSÉRE

2 MIÉRT KELL KUTATNI?

- Termék validálás
- Piacméret becslés
- Kereslet azonosítása
- Értékesítési, marketing keretek meghatározása
 - Csatornák
 - Vevők
 - Árak

3 A KUTATÁS HELYE A PROJEKTEKBEN



4 KULCSKÉRDÉSEK, FELADATOK

Mire	Mit (kulcskérdés)	Kitől	módszer	eredmény
Elsődleges tesztek	Mire jó a termék? Mi a helyettesítő termék?	Potenciális vevők, értékesítők	Kísért interjúk, kvalitatív	Fejlesztett termék, megértés
Vevőtípusok	Ki venné meg, (mennyiért)?	Adatbázisok	Desk	Szegmensek, perszónák
Piacméret	Mennyien vannak?	Alapadatok, becslés	Desk	Bevételi, kapacitás kalkuláció
Értékesítés	Mikor kell a termék? Hol, hogyan vásárol? Mennyiért vesz? Mivel együtt vesz? Miért hagyja abba? (korlátok)	Vevők, konkurencia	Személyes, online interjúk Megfigyelés Fókusz	Szegmensek, árszintek, csatornák, disztribúció,
Marketing	Honnan ismeri? Mit tud róla? Hogyan értékeli? Mit ismer még? Reklám, weboldal értéke?	Vevők, kereskedők (munkatársak), kategória	Kérdőív, megfigyelés	Célzott kommunikáció, üzenetek, inputok

5 PIACMÉRET, FORRÁSOK

- Statisztika mindenütt! – [ksh](#), [eurostat](#), [angol](#), [német](#), [cseh](#), [görög](#), [portugál](#)
- Általános adatgyűjtő portálok – [statista](#), [tradingeconomics](#), [mintel](#)
- Ágazati kormányzati portálok
- Ágazati szaksajtó, tanácsadói oldalak
- Wikipédia – célország nyelvén!

6 JÁTÉK!

Önkéntes vállalkozót keresek, akinek a termékével kapcsolatban megtervezzük az első kutatási lépéseket – 5 percben!