

Ramverk för:

Marknadsstudie

Datum: _____

Företag: _____

Brand : _____

Kontaktperson: _____

Uppgjord av: _____

Lösningen är alltid kunskapens framsida

Om du inte vet exakt var du befinner dig på marknads-kartan är det också svårt att styra verksamheten. Därför är det viktigt att integrera marknadsfakta i det löpande arbetet med marknadsstrategin.

Under många års samarbete med svensk export-industri har vi utvecklat en modell för att dels överblicka och förutse utvecklingen inom ett marknadssegment, dels anpassa företagets erbjudande till dessa trender.

Basen i marknadsstudien utgörs alltid av sekundär-data. Det mesta finns faktiskt undersökt och klart här i världen, så vårt arbete består i att hitta och sammanställa data samt analysera nuläget. Detta blir en utmärkt bas för extrapoleringar in i framtiden.

Men framtiden syns som bekant inte i backspegeln. Därför behöver vi också söka primärdata direkt från t.ex. kunder, användare, konsulter och branschorganisationer.

Det kritiska i genomförandet av marknadsstudien är sällan själva studien i sig, utan analysen och tolkningen av resultatet. Därför levererar vi aldrig en marknadsstudie som rådata, utan drar tillsammans med kunden slutsatser och utarbetar strategiska handlingsalternativ.

Ramverk för...

Pyramid har lång erfarenhet av branding inom b2b, och den vill vi gärna dela med oss av.

Detta dokument summerar frågeställningar värda att beakta vid utvecklingen av en brandingstrategi. Förvänta dig således inga färdiga lösningar. Det finns inga generella sådana, utan framgångsrika lösningar är resultatet av ett målmedvetet arbete baserat på rätt förutsättningar och fakta.

Vi utnyttjar själva en kundanpassad version av denna struktur vid den strategiska projektgenomgången, så använd gärna materialet som en checklista och diskussionsunderlag.

Om det väcker din nyfikenhet och du vill diskutera marknadsföringsstrategi på ett djupare plan, är du alltid välkommen att kontakta oss på info@pyramid.se

Problemanalys →

Vilket är problemet och vilket underlag behövs för att lösa det?

Undersökningsproblem →

Vilken information saknas för att fatta beslut?

Avgränsningar →

Vilka produkter/produktområden avser studien?

Vilka geografiska marknader ska täckas in?

Vilka marknadssegment gäller det?

Vilka applikationer ska ingå?

Vilken är målpopulationen?

Hur långt tillbaka i tiden ska vi gå?

Hur långt fram i tiden ska vi sikta?

Sekundärdata →

Vilken befintlig information kan utnyttjas för att lösa undersökningsproblemet?

Statistik	Trolig källa
Webbplatser	
Marknadsrapporter	
Forskningsrapporter	
Fackpressartiklar	
Annat redaktionellt material	
Offentliga utredningar	

forts. Sekundärdata



Information om	Trolig källa
Efterfrågan	
Prisbild	
Lönsamhet	
Teknologi	
Produktutveckling	
Distribution	
Patent och varumärken	

Primärdata



Vilken information måste vi komplettera med för att lösa undersökningsproblemet?

Vem/vilka kan lämna önskad information?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Användarbehov | <input type="checkbox"/> Köpmotiv |
| <input type="checkbox"/> Attityder till företaget | <input type="checkbox"/> Köpbeslutsprocess |
| <input type="checkbox"/> Attityder till företagets produkter | <input type="checkbox"/> Priselasticitet |
| <input type="checkbox"/> Attityder till konkurrenter | <input type="checkbox"/> Utvecklingstrender |
| <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> _____ | <input type="checkbox"/> _____ |

Arbetsgång och tidsplan



	Start	Klar
Inläsning		
Insamling av sekundärdata		
Utvärdering av sekundärdata		
Upprättande av intervjuguide		
Genomförande av intervjuer		
Avstämning av intervjuer mot sekundärdata		
Analys		
Slutsatser/redovisning		
Rekommendation		

Budget



Grundarvode

Inköp av sekundärdata

Resor och omkostnader

Respondentarvode

Total budget

Pyramid bygger varumärken och skapar uppseendeväckande lönsam, gränsöverskridande kommunikation för internationella företag med höga ambitioner och entreprenöranda.

Hur bär man sig då åt för att stå ut, nå fram, och göra det med bibehållen trovärdighet. Vi har beprövade metodiker som leder fram till svaret.

Tillsammans kan vi:

- skapa gränsöverskridande kommunikation, bortom det förväntade
- attrahera en global marknad, över nationsgränser
- med öppet sinne utnyttja alla media, digitala och analoga
- överbrygga kulturella barriärer och nå yrkesmänniskan
- korsbefrukta kunskap och erfarenhet från olika branschområden
- integrera våra kompetenser tvärvetenskapligt och samordna kommunikationen

I Pyramid får du en partner som:

- sparrar dig affärsstrategiskt
- fokuserar din organisation
- marknadsanpassar dina erbjudanden
- positionerar ditt företag
- differentierar dina produkter och tjänster
- bygger starka varumärken
- stimulerar din säljkår
- attraherar rätt målgrupper
- får dina affärer att växa globalt
- optimerar ditt utbyte av Internet, d.v.s. lyfter din tillväxt och lönsamhet.

