



Danube Transnational Programme

INDEED

COACH: Grup țintă & Piață

INDEED

Innovation for
Dementia in the Danube Region

Project co-funded by the European Union
A stream of cooperation

Grup țintă & Piață: Analiză de piață



O parte cheie a oricărui plan de afaceri este analiza pieței. Aici vă analizați grupul țintă și nevoile acestuia (partea cererii), precum și concurenții dvs., înlocuitorii și probabilitatea noilor intrați pe piață (partea ofertei). Interacțiunea dintre cerere și ofertă - sau cu alte cuvinte între clienții care au nevoi specifice și organizațiile care furnizează servicii sau produse specifice - este denumită piață.

O bună înțelegere a condițiilor pieței vă va ajuta să vă faceți proiectul viabil. De asemenea, vă oferă o idee clară despre modul în care puteți fi valoros pentru grupul dvs. țintă și cum vă puteți diferenția de alte servicii sau produse.

Grup țintă & Piață : Cerere/ Grup țintă



Grupul țintă este definit ca grupul specific de persoane cărora le adresați proiectului dvs. Este important să vă adaptați serviciul sau produsul în funcție de nevoile și preferințele grupului dvs. țintă.

Segmentarea clienților este procesul de împărțire a unei baze potențiale de clienți în grupuri de indivizi care împărtășesc caracteristici specifice. Acest lucru vă ajută să analizați și să abordați în mod eficient nevoile și preferințele fiecărui grup țintă. Puteți segmenta clienții potențiali pe baza:


Criterii demografice: vârstă, sex, educație, statut familial, ...

Criterii economice: venit (pensie), valoarea indemnizației de îngrijire, ...

Criterii geografice: provincie, oraș, cartier, ...

Altele: comportament și obiceiuri, interese, atitudini și nevoi

Este util să creați un profil al unui client prototip pentru fiecare grup țintă pe care doriți să îl abordați!

 <p>Ivana</p>	<p>Segmentare demografică</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vârsta 75 ani • Pensionară • Căsătorită cu Ștefan, care are demență în stadiul mediu 	<p>Segmentare geografică</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mic sat în zona rurală
	<p>Comportament și obiceiuri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Își îngrijește singură soțul • Responsabilă cu treburile casnice și gătit • Suferă de hipertensiune arterială și osteoartrită <p>Nevoi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puțină distracție • Schimb de informații cu alții despre boala sotului ei 	<p>Segmentare economică</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensie cu venit minim <p>Interese & atitudini</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasionată de artizanat • Îi place muzica populară • Sceptică față de noile evoluții tehnologice

Când analizăm partea de aprovizionare, întrebarea centrală este:

Cum își rezolvă în prezent problema grupul meu țintă?

Există cel puțin trei tipuri de jucători de pe piață pe care ar trebui să îi luați în considerare în analiza dvs:

- 1) Concurenți:** organizații din care grupul dvs. țintă obține în prezent același serviciu sau produs.
- 2) Înlocuitori:** organizații din care grupul dvs. țintă obține în prezent un serviciu sau un produs care oferă beneficii similare.
- 3) Noi participanți:** noi organizații care intră pe piață în viitorul (apropiat). Vor oferi același serviciu sau produs grupului dvs. țintă. Este mai puțin probabil ca noii intrați să intre pe piață dacă trebuie să facă față multor bariere (de exemplu, lipsa finanțării, lipsa sprijinului din partea autorităților publice, ...).



Grup țintă & Piață : Oferta unică



Propunerea de vânzare unică (USP) este ceea ce face ca proiectul dvs. să fie unic și valoros pentru grupul dvs. țintă. Vă ajută să vă diferențiați de alte servicii sau produse.

O propunere de vânzare unică poate fi creată prin:

- **Diferențiere:** Aceasta înseamnă că sunteți mai inovator, oferiți o calitate mai bună sau aveți o imagine mai puternică decât alte organizații.
- **Beneficii de cost:** Aceasta înseamnă că vă furnizați serviciul sau produsul la costuri mai mici decât alți furnizori (de exemplu, prin sprijin voluntar).
- **Beneficii de timp:** Aceasta înseamnă că dedicați mai mult timp grupului dvs. țintă, oferiți timpi de așteptare scurți sau ore de deschidere extinse.