

# Pazar Araştırması

Gürcan Banger

# Pazar Araştırması

- Pazar araştırması, girişimcilerin
  - girişim için yüksek tutarlar harcamadan önce; iř fikirlerinin uygulanabilir olup olmadığını görmeleri,
  - doğru müşterileri hedeflemelerini,
  - rekabet koşullarını incelemelerini,
  - müşteri ihtiyaç, talep ve çözüm için sorunlarını önceden tahmin etmelerini
- sađlar.



# Aşamaları

- Pazar araştırmasının aşamaları şunlardır:
  - Genel hedefler ve amaçları belirlemek,
  - Yöntem ve teknikleri belirlemek,
  - Bilgi toplamak,
  - Bilgiyi incelemek, ayrıştırmak, değerlendirmek ve yorumlamak,
  - Varsayım ve sonuçlara ulaşmak,
  - Karar almak.





# Yöntemleri

- Pazar araştırmasında iki ana yöntem vardır:
  - Dolaylı araştırma:
    - İnternet'ten, ticaret ve sanayi odalarının yayınlarından, TÜİK raporlarından, Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı raporlarından...
  - Doğrudan araştırma:
    - Anket düzenlemek.



# Anket

- Anket, özel olarak düzenlenmiş bir araştırmadır.
- Anketin hazırlanması; içerik ve biçim olarak bir uzmanın yardımını gerektirebilir.
- Anketin uygulanacağı hedef kitlenin içerik ve miktar olarak doğru belirlenmesi önemlidir.
- Anketin uygulanacağı kişi sayısının hedef müşterileri temsil edecek oranda olması gerekir. Sayı, azlık veya çokluk olarak abartılmamalıdır.





# Anket

- **Girişimci;**
  - ilgili sektörde var olan rakiplerin sayısı,
  - pazara hakim olan firmaların yapılanmaları,
  - pazarlama stratejileri, rekabet üstünlükleri,
  - rakiplerin tanıtım araçları, pazar payları,
  - sektörde ne kadar süredir bulduklarını
- **incelemelidir.**

