



# Kilpailutilannetutkimus

## **TUTKIMUS KEHITTÄMÄÄN YRITYKSEN MARKKINA-ASEMAA**

Markkina-aseman kehittämiseksi on ymmärrettävä yrityksen kilpailutilanne markkinalla. Mikä on yrityksen asema koko markkinassa ja miten pärjätään eri tuotteiden ja palveluiden osalta. Missä on keskeisimmät mahdollisuudet kasvulle?

## **KILPAILUTILANNETUTKIMUKSEN TAVOITTEET**

- Tietoa kilpailutilanteesta ja palveluiden käytöstä (markkinaosuudet)
- Tietoa kilpailijoiden aktiivisuudesta
- Kilpailijoiden NPS-suosittelevuudet ja kilpailutilanne asiakaskokemuksessa

## **TIEDONKERUUN TOTEUTUS**

Käytössä kaikki tiedonkeruutavat ja voidaan valita kohderyhmälle parhaiten sopiva tiedonkeruumenetelmä tai yhdistelmä. Haastattelut kiintiöidään edustamaan kohdemarkkinaa.

## **TUTKIMUKSEN SISÄLTÖ**

Selvitetään ensin valintapreferenssit. Sen jälkeen selvitetään mitä yrityksiä käytetään ja mitkä ovat pääasialliset toimittajat. Sisällössä hyödynnetään valmiita kysymysrakenteita ja patteristoja.

## **RAPORTOINTI**

Raportoinnissa esitetään selkeästi yrityksen vahvuudet ja kehittämistarpeet. Johto saa tutkimuksesta tiivistelmän keskeisimmistä tuloksista ja johtopäätöksistä. Tulokset raportoidaan asiakassegmenteittäin.

## **TULOSTEN PURKU JA KEHITTÄMISTOIMENPITEET**

Tutkimuksen raportoinnissa esitellään ja analysoidaan tutkimuksen tulokset ja tehdään johtopäätökset ja työstetään keskeisimpiä tuloksia. Raportoinnissa työstetään tutkimuksen johtopäätökset niin pitkälle, että asiakkaan on helppo tehdä päätöksiä kehittämistoimenpiteistä tutkimuksen perusteella.