



Danube Transnational Programme

INDEED

COACH:

Целева група & пазар

INDEED

Innovation for
Dementia in the Danube Region

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

Целева група & Пазар: Анализ на пазара



Ключова част от всеки бизнес план е **анализа на пазара**. Тук анализирате вашата целева група и нейните нужди (**от страна на търсенето**), както и вашите конкуренти, заместители и вероятността за нови участници на пазара (**страна на предлагането**). Взаимодействието между търсенето и предлагането - или с други думи между клиенти, които имат специфични нужди, и организации, които предоставят специфични услуги или продукти - се нарича **пазар**. **Доброто разбиране на пазарните условия ще ви помогне да направите вашия проект жизнеспособен. Той също така ви дава ясна представа как можете да бъдете ценни за вашата целева група и как можете да се разграничите от другите услуги или продукти.**

Целева група & Пазар:

страна на търсенето /

Целева група



Целевата група представлява специфичната група от хора, които са обект на Вашия проект. Важно е да адаптирате продукта или услугата към нуждите и предпочитанията на целевата група.

Сегментирането на клиентите представлява процес на разделянето на потенциалните клиенти в подгрупи от хора, които има специфични характеристики.

Можете да сегментирате потенциалните си клиенти на базата на:

- **Демографски критерии:** възраст, пол, образование, семеен статус...
- **Икономически критерии:** доход (от пенсия), наличие на надбавки (напр. ТЕЛК)...
- **Географски критерии:** регион, град, квартал...
- **Други:** поведение и навици

Полезно е да създадете профил на **Типичния клиент** за всяка от целевите групи, които имате.

 Ивана	Демографски  <ul style="list-style-type: none"> - На 75 години - Пенсионер - Омъжена за Стефан, който има умерена деменция 	Географски  <ul style="list-style-type: none"> - Малко село 	Икономически  <ul style="list-style-type: none"> - Ниска пенсия
	Поведение и навици  <ul style="list-style-type: none"> - Сама се грижи за съпруга си - Домакинства - Страда от високо кръвно налягане и остеоартрит 	Интереси и нагласи  <ul style="list-style-type: none"> - Харесва народна музика - Обича ръкоделието - Скептична към новите технологии 	
Нужди  <ul style="list-style-type: none"> - Да се разсее за малко - Да поговори с други хора за заболяването на съпруга ѝ 			

При анализа на предлагането основният въпрос е:

Как моята целева група се справя в момента?

Съществуват поне три играчи на пазара, които трябва да разгледате във Вашия анализ:

1) Конкуренти: организации, които в момента предлагат същия продукт за Вашата целева група

2) Заместители: организации, които в момента предлагат подобен продукт за Вашата целева група

3) Нови играчи: нови организации, които влизат на пазара в (близкото) бъдеще. Те се готвят да предлагат същия продукт за Вашата целева група. Малко вероятно е тези нови играчи да влязат на пазара, ако съществуват множество спънки (напр. липса на финансиране, липса на подкрепа от институциите и т.н.)



Целева група & Пазар : Уникалното предложение за продажба



Уникалното предложение за продажба е това, което прави Вашия проект единствен и ценен за целевата група. Това Ви помага да се разграничите от останалите продукти и услуги.

Уникалното предложение може да бъде създадено чрез:

- **Диференциация:** това означава, че Вие сте по-иновативни, предлагате по-високо качество или имате по-добър имидж в сравнение с останалите организации.
- **Ценови предимства:** това означава, че Вие предлагате услуга или продукт на по-ниска цена в сравнение с конкурентите (напр. чрез използване на мрежа от доброволци)
- **Времеви предимства:** това означава, че Вие отделяте повече време за работа с вашата целева група, предлагате по-кратко време за изчакване или имате удължено работно време.