

# Cielová skupina & Trh: Analýza trhu



Kľúčovou súčasťou každého obchodného plánu je **analýza trhu**. Spočíva v analýze cieľovej skupiny a jej potrieb (**strana dopytu**), ako aj vašich konkurentov, substitučných služieb a pravdepodobnosti príchodu nových podnikateľov na trh (**strana ponuky**). Interakcia medzi stranou dopytu a ponuky – inými slovami medzi zákazníkmi so špecifickými potrebami a organizáciami, ktoré poskytujú konkrétne služby alebo produkty – sa označuje ako **trh**.

**Dobré pochopenie trhových podmienok vám pomôže pri realizácii vášho projektu. Poskytne vám jasnú predstavu o tom, ako môžete byť prínosom pre vašu cieľovú skupinu a ako sa môžete odlišiť od iných služieb a produktov.**

# Cielová skupina & Trh:

## Strana dopytu / Cielová skupina



**Cielová skupina** je definovaná ako špecifická skupina ľudí, ktorú oslovujete vašim projektom. Je dôležité prispôbiť svoju službu alebo produkt individuálnym potrebám a preferenciám cieľovej skupiny.

**Segmentácia zákazníkov** je proces delenia potenciálnych zákazníkov do skupín jednotlivcov, ktorí zdieľajú špecifické vlastnosti.

Vašich potenciálnych zákazníkov môžete segmentovať na základe:

- Demografických kritérií: vek, pohlavie, dosiahnuté vzdelanie, rodinný stav, ...
- Ekonomických kritérií: príjem z dôchodku, výška opatrovateľského príspevku, ...
- Geografických kritérií: kraj, mesto, susedstvo, ...
- Ďalších kritérií: správanie a zvyky, záujmy, postoje a potreby, ...

Je užitočné vytvoriť profil **prototypu zákazníka** pre každú cieľovú skupinu, ktorú chcete osloviť!

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>Ivana</b></p>    | <p><b>Demografické údaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 75 rokov</li> <li>• Dôchodkyňa</li> <li>• Vydatá za Štefana, ktorému bola diagnostikovaná stredne ťažká demencia</li> </ul> | <p><b>Geografické údaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menšia obec na vidieku</li> </ul> <p><b>Ekonomický status</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poberateľka dôchodku, nízky príjem</li> </ul> |
| <p><b>Správanie a zvyky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stará sa o manžela úplne sama</li> <li>• Má na starosti kompletnú starostlivosť o domácnosť a varenie</li> <li>• Lieči sa na artritídu a vysoký krvný tlak</li> </ul> |   | <p><b>Záujmy a postoje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Má rada ľudovú hudbu</li> <li>• Obľubuje ručné práce ako napríklad pletenie</li> <li>• Má miernu obavu a nedôveru k novým technológiám</li> </ul>         |
| <p><b>Potreby</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Odreagovanie sa</li> <li>• Zdieľanie vlastných skúseností s inými rodinnými opatrovateľmi</li> </ul>  |   |   |

Pri analýze ponuky na trhu je kľúčovou otázkou:

**Ako sú v súčasnosti zabezpečované potreby mojej cieľovej skupiny?**

Pri analýze by ste mali brať do úvahy najmenej tri typy „hráčov“ pôsobiacich na trhu:

- 1) Konkurencia:** Organizácie, od ktorých vaša cieľová skupina momentálne využíva rovnakú službu alebo produkt.
- 1) Substitučné služby:** Organizácie, od ktorých vaša cieľová skupina momentálne využíva službu alebo produkt, ponúkajúci podobné výhody.
- 1) Noví podnikatelia:** Nové organizácie vstupujúce na trh v (blízkej) budúcnosti. Plánujú poskytovať rovnakú službu alebo produkt vašej cieľovej skupine. Je menej pravdepodobné, že noví podnikatelia vstúpia na trh, ak musia čeliť mnohým prekážkam (napr. nedostatok financií a podpory zo strany verejných a miestnych orgánov, ...).





Vďaka **jedinečnej obchodnej ponuke** je váš projekt unikátny a hodnotný pre vašu cieľovú skupinu. Pomáha vám odlíšiť sa od iných služieb alebo produktov.

Jedinečnú obchodnú ponuku je možné vytvoriť prostredníctvom:

- **Diferenciácie:** To znamená, že ste inovatívnejší, poskytujete vyššiu kvalitu alebo máte lepšiu reputáciu ako iné organizácie.
- **Nákladových výhod:** To znamená, že svoju službu alebo produkt poskytujete za nižšie náklady, ako ostatní dodávatelia (napr. vďaka výpomoci od dobrovoľníkov).
- **Časových výhod:** To znamená, že venujete viac času svojej cieľovej skupine, ponúkate krátke čakacie doby alebo predĺžené otváracie hodiny.