

## PASIMULA SA MARKET RESEARCH

Upang magpalakad ng isang matagumpay na negosyo, mahalagang malaman kung sino ang iyong mga customer, kung ano ang kanilang kailangan, at kung paano mo sila mararating. Ang market research ay makakatulong sa iyo na makakuha ng wasto at ispesipikong impormasyon tungkol sa iyong mga customer at mga kakompetensiya, na siyang mahalagang bahagi ng pagsimula o paglago ng iyong negosyo. Ang mga pangangailangan ng mga consumer ay may epekto at nagbibigay-direksyon sa lahat ng aspeto ng mga gawain ng iyong kompanya at maaaring lumago o bumagsak ang iyong negosyo dahil dito.

### BAKIT KAILANGAN GUMAWA NG MARKET RESEARCH?

Ang kapaligiran ng iyong negosyo ay maaaring magbago. Ang mga pagbabago sa kondisyon ng ekonomiya, ang mga pagbabago sa populasyon, mga bagong regulasyon at mga pagbabago sa teknolohiya ay lahat may epekto sa paraan ng iyong pagpapalakad ng negosyo.

Maaaring makatulong sa iyo ang market research na:

- mas maiging maunawaan ang mga katangian at mga kagustuhan ng iyong mga customer
- kilalanin ang mga pagkakataon upang tumaas ang benta at lumago ang negosyo
- subaybayan ang kompetisyon sa iyong market
- bawasan ang peligro sa iyong pagpapasiya sa negosyo
- idibelop at kumpletohin ang iyong plano sa negosyo

Maaari ring gamitin ng mga matatag na negosyo na nag-iisip na gumawa ng mga malaking pagbabago, tulad ng expansion o paglipat ng negosyo, ang market research upang suportahan ang kanilang mga desisyon. Ang mga sumusunod na karaniwang sitwasyon ay maaaring mangailangan ng market research:

- paglunsad ng isang bagong kampanya sa advertising
- pagdagdag ng production o stock levels
- paglabas ng bagong linya ng mga produkto o serbisyo

## PAANO GAGAWIN ANG MARKET RESEARCH

Bago ka magsimula, magtatag ng mga malinaw na layunin para sa market research na iyong gagawin. Dapat mong linawin kung ano ang kailangan mong malaman at kung bakit.

Oras na naitatag mo na ang iyong mga layunin, magdibelop ng isang istratehiya at piliin ang mga technique na iyong gagamitin upang kumuha ng datos. Ang dalawang malawak na uri ng research na iyong magagamit ay primary at secondary research:

- Ang **primary research** ay impormasyon na nakolekta mula mismo sa mga maaaring maging customer gamit ang surveys, focus groups, field testing, atbp. Maaari mo mismo gawin ang research o maaari kang kumuha ng kompanya para gawin ito. Kung ginawa mo mismo ang research, mas maliit ang iyong gastos at malalaman mo talaga ang market para sa iyong negosyo.

Ang problema lamang sa primary research ay kinakailangang maglaan ng panahon para dito, at ito'y magastos, lalo na kung iniisip mong kumuha ng isang marketing firm na magsasagawa ng research. Maigi ito dahil maaari mong itarget ang mga ispesipikong grupo (tulad ng iyong mga customer o paligid ng iyong negosyo) at iakmâ ang pag-aaral upang sagutin ang mga ispesipikong katanungan.

- Kasama sa **secondary research** ang paghahanap ng impormasyon na nakolekta na, tulad ng mga datos sa populasyon at mga estadistika sa industriya, at ang paggamit nito sa iyong sariling negosyo o marketing plan.

Ginagamit ng secondary research ang impormasyon na makukuha, tulad ng mga rekord ng kompanya, mga survey, research studies, at mga libro. Kadalasan ay hindi ito kasing tagal ng primary research, at maaaring mas maliit ang gastos para dito.

Bagama't ang secondary research ay hindi kasing ispesipiko ng primary research, maari pa rin itong magbigay ng mahalagang impormasyon.

Ang sumusunod ay mga halimbawa ng mga katanungan na maaaring masagot sa pamamagitan ng secondary research:

- Ano ang mga kasalukuyang kondisyon sa ekonomiya, at nagbabago ba sila?
- Ano ang mga trend sa industriya?
- Mayroon bang mga customer sa ibang bansa na bibili sa aking produkto o serbisyo?
- Sino ang aking mga customer? (Populasyon, grupo ng edad, taas ng kinikita, saan sila nakatira, atbp.)
- Ano ang kalagayan ng labour market?

Ang isa pang mahalagang secondary resource ay ang statistical data mula sa mga opisyal na tagapagbigay ng estadistika, mga asosasyon, at mga pribadong organisasyon.

## ANO ANG DAPAT KONG MALAMAN?

Kapag nagsasagawa ng research, may ilang mga katanungan na maiging sagutin, at matutulungan ka ng primary o secondary research na mahanap ang mga sagot. Maaari mong isaalang-alang ang ilang mga katanungan tulad ng:

- **Sino ang Aking Customer?**  
Kapag nalalaman mo kung sino ang iyong customer, makakatulong ito sa iyo na pumili ng lokasyon, magtatag ng presyo, at magplano ngistratehiya sa pagbebenta. Tanungin mo ang iyong sarili: Sino ang bibili ng aking produkto? Ano ang mga ugali at kagustuhan ng aking customer?
- **Mayroon bang mga Bibili o Kukuha ng Aking Produkto/Serbisyo?**  
Siguruhin na ang iyong produkto o serbisyo ay kumporme sa pangangailangan ng iyong mga customer.
- **Sino ang Aking Kompetisyon?**  
Alamin kung sino ang iyong mga malalakas na kakompetisyon, subukang alamin kung ano ang kanilang mga lakas at kahinaan, at ihambing ang iyong negosyo sa kanilang negosyo.
- **Saan Makikita ang Aking Mga Customer?**  
Kapag nalalaman mo kung nasaan ang iyong mga maaaring maging customer, makakatulong ito sa iyo na pumili ng lokasyon, malaman kung anong uri ng mga promo ang gagamitin, at iba pang mgaistratehiya sa pagbebenta. Maaari rin ito makatulong sa iyo na alamin ang mga pagbabago sa iyong industriya at malaman kung paano makakaapekto ang mga pagbabagong iyon sa pagbebenta.
- **Ano ang Aking Presyo?**  
Ang layunin ng negosyo ay ang kumita nang pinakamalaking maaari habang nananatiling kompetitibo. Ang presyo ay malaking bahagi sa tagumpay ng iyong negosyo, kaya maigi ang malaman mo kung ano ang sinisingil ng iyong mga kakumpentisya para sa mga katulad na produkto at serbisyo at kung maari mong iwanang ganoon ang iyong mga presyo nang ilang panahon.
- **Paano Ko Dapat I-promote Ang Aking Produkto/Serbisyo?**  
Siguraduhing ginagamit mo ang mga pinaka-epektibong paraan upang i-promote ang iyong negosyo. Kapag nagpapasiya sa promo na gagamitin, tingnan kung ano ang ginagawa ng mga kakompetensya at kung anong uring ng media ang pinakamaigi para sa iyong mga customer (halimbawa, online media para sa mga teenager).

Maaaring mahirap maghanap ng datos na makakatulong sa iyo na gawin ang iyong mga desisyon sa negosyo, at ang ilang mga datos ay maaaring mahal kung bibilhin. Gayunman, may ilang mga abot-kayang statistical at analytical resources na iyong makukuha, at patnubay na tutulong sa iyo na maunawaan ang lahat ng mga materyales na makukuha.

Ang Research and Statistics section ng Canada Business / Entreprises Canada website ay may ilang categorized links sa datos at analytical resources, at marami sa mga ito ay makukuha nang libre. Ang iba pang mga mapagkukuhanan ng secondary research na materyales ay mga aklatan, mga unibersidad, mga asosasyon sa industriya, at mga departamento ng pamahalaan.

## LIBRENG SERBISYO PARA SA MARKET RESEARCH

Ang Specialized Research Service ng Info entrepreneurs ay nagbibigay ng secondary market research mula sa ilang resources:

- kung paano makokontak ang mga asosasyon sa negosyo, ang mga supplier, mga manufacturer, at mga distributor
- mga sampol ng plano sa negosyo
- Impormasyon ukol sa populasyon ng Canada
- impormasyon tungkol sa kung paano gumagastos ang consumer
- balita at mga trend sa industriya
- datos tungkol sa international trade