

proventia

Markedsundersøkelser

Hvorfor og hvordan forstå markedet ditt bedre?



Hva er markedsundersøkelser?

Markedsundersøkelser handler om å **samle inn og analysere informasjon** for å **forstå** kundene dine, konkurrentene og markedet. Dette hjelper deg med å ta bedre beslutninger når du starter og driver en bedrift.

Med markedsundersøkelser kan du:

- Finne ut hvem kundene dine er og hva de ønsker
- Vurdere etterspørselen og markedsmulighetene etter produktet eller tjenesten din
- Identifisere substitutter og konkurrenter, samt deres styrker og svakheter
- Minimere risiko og øke sjansene for suksess

En god markedsundersøkelse gir deg **verdifull innsikt** som kan gjøre bedriften din **mer lønnsom og konkurransedyktig**.

Hvorfor er markedsundersøkelser viktige?

Hovedårsaken til hvorfor startups feiler er

Ingen markedsetterspørsmål

Hvorfor er markedsundersøkelser viktige?

Med markedsinnsikt hindrer du å utvikle produkter og tjenester markedet **faktisk vil ha og ønsker å betale for!**



Så hvordan gjør vi det?

Du må snakke med markedet for å hente god og troverdig markedsinnsikt. Før du gjør det, bør du legge en plan.



1. Definer målet ditt

Før du begynner å gjøre markedsundersøkelser bør du definere hva du ønsker å finne ut av. Sett deg et mål for undersøkelsene

Eksempler på mål kan være

- Jeg skal finne ut av om det er etterspørsel etter produktet/tjenestene mine
- Jeg skal finne ut av om kunden opplever et problem og utfordring med dagens løsninger
- Jeg skal finne mine målgrupper
- Jeg skal finne og vurderer mine konkurrenter

2. Hent innsikt

Markedsinnsikt kan du hente på ulike måter og du bør etterstrebe å finne informasjon fra flere kilder. Her er ulike måter du kan hente informasjon:

Sekundærdata

- Statistikk (SSB, bransjerapporter, Google Trends)
- Konkurrenters nettsider og sosiale medier
- Kundeanmeldelser og diskusjoner på nett

Primærdata

- Spørreundersøkelser (Google Forms, SurveyMonkey)
- Intervjuer (1-til-1 samtaler med potensielle kunder)
- Testprodukt eller pilotprosjekt (se om folk faktisk kjøper)



Les mer om intervjuer
på neste side →

2. Hent innsikt – Kundeintervjuer

Slik går du fram for å gjøre gode kundeintervju:



Se en intervjuguide på de neste sidene →

1. Sett opp en **intervjuguide** med åpne spørsmål basert på målene du har
2. Velg ut **hvem** du ønsker å intervju
 - Velg et bredt spekter av potensielle kunder, både de som liker produktet ditt og de som ikke liker eller har behov for produktet. For å få mest troverdige svar er det lurt å ikke spørre noen du kjenner fra før.
3. **Kontakt** dem for å sette opp et tidspunkt for et intervju
 - Fokuser på at de er eksperter som du ønsker å lære av. Du skal ikke selge seg selv nå!
4. **Gjennomfør intervjuet**
 - Husk å notere tilbakemeldingene!
5. **Analyser** dataene og tilbakemeldingene.

2. Hent innsikt – Kundeintervjuer

Forslag på intervjuguide:

1. Hva er din primære utfordring når det gjelder [område/produkt]?
2. Kan du beskrive en typisk dag hvor du bruker [produkt/tjeneste]?
3. Hva liker du best ved [nåværende løsning/produkt]?
4. Hva frustrerer deg mest med [nåværende løsning/produkt]?
5. Hvordan tar du avgjørelser om kjøp av [produktkategori]?
6. Hva verdsetter du mest når du velger [produkt/tjeneste]?
7. Kan du fortelle om en gang du var spesielt fornøyd med [produkt/tjeneste]?
8. Hvordan måler du suksess når du bruker [produkt/tjeneste]?

2. Hent innsikt – Kundeintervjuer

9. Hvilke andre produkter eller tjenester vurderer du som alternativer?
10. Hvilke kriterier er viktigst for deg ved valg av [produkt/tjeneste]?
11. Har du forslag til forbedringer eller nye funksjoner du ønsker å se?
12. Hvor ofte bruker du [produkt/tjeneste], og i hvilke situasjoner?
13. Beskriv din ideelle versjon av [produkt/tjeneste].
14. Hvilke trender eller endringer i markedet påvirker dine kjøpsbeslutninger?
15. Kan du tenke deg et scenario der du ikke lenger ville trenge [produkt/tjeneste]?
16. Hvilke utfordringer ser du for deg i fremtiden knyttet til [område/produkt]?
17. Hvem i din organisasjon eller i ditt liv påvirker avgjørelser relatert til [produkt/tjeneste]?

3. Analyser dataen

Samle, systematiser og analyser dataene du samler:

 Hvem skal du ta kontakt med?

Tabell

Kontaktliste

Aa Navn	📞 Telefon	@ E-post	🏢 Selskap	👤 Rolle	📅 Kontaktdato	📊 Status
 Tuva	94142375	tuva@proventia.no	Proventia	Forretningsutvikler	20. mars 2025	🟢 Gjennomført møte
 Mats						🟢 Gjennomført møte

+ Ny side

 Innsikt

All innsikt

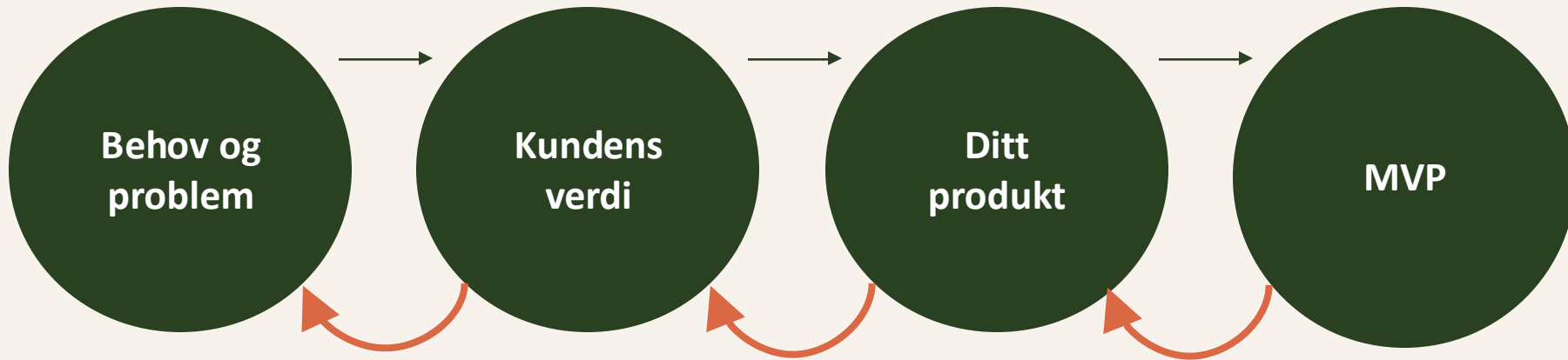
Funksjoner

Systemutvikling

Samlet innsikt

Aa Innsikt	📂 Kategori	👤 Kontaktperson	📊 Viktighet
Telefontilpasset	Systemutvikling	 Tuva	🟢 Need to have
Type stein har noe å si	Funksjon	 Mats	🟢 Need to have
Masser oppgis i m3 ikke tonn	Funksjon	 Mats	🟢 Need to have
Fraksjonene må være søkbare	Funksjon	 Mats	🟡 Nice to have
Legge til deltakere	Funksjon	 Tuva	🟡 Nice to have
Rapportering per mnd	Funksjon	 Mats	🔴 Ikke kritisk

+ Ny side



- Definer kunden nøyaktig
- Definer brukeren nøyaktig
- Beskriv den spesifikke frustrasjonen eller utfordringer de har

- Hvilken unik verdi må produktet levere på?
- Hva er de økonomiske, følelsesmessige eller praktiske fordelene kundene ønsker seg?

- Hvem kan være pilotkunder?
- Forklar hvordan produktet ditt løser problemet
- Forklar de unike fordelene og funksjonene som skiller seg ut i markedet
- Er noen villig til å teste produktet?

- Ble produktet godt mottatt?
- Juster produktet etter tilbakemeldinger
- Hvilke kritiske elementer må testes igjen?
- Kjøpsavtaler?
- Er de villig til å bli ambassadør for produktet ditt?



Proessen har gjort deg trygg nok.

Markedsstrategi:

- Budskap
- Hvilke kanaler
- Forretnings-modell
- Onboarding
- Servicenivå

Hvor sikker er du, har du nok innsikt? Trenger du mer?