

Antwoorden

- 1) Marktonderzoek biedt beslissers gedetailleerde informatie over de cruciale factoren die een impact hebben op het product en de doelgroep, zoals (a) Wie zijn de potentiële klanten? (b) Hoeveel potentiële klanten zijn er? (c) Wat voor soort producten of diensten zouden winstgevend zijn op de markt? (d) Zou potentiële klanten het product / dienst gebruiken? (e) Is het bedrijf in staat om aan de behoeften, wensen en verwachtingen van de klant te voldoen? etc.
- 2) Uitdagingen waarmee startende ondernemers worden geconfronteerd met betrekking tot marktonderzoek zijn onder andere:
 - Toegang tot beperkte middelen
 - Nieuwe bedrijven hebben nog geen marktaandeel een beperkte geografische aanwezigheid op de markt.
 - Ondernemers hebben geen toegang tot veel informatie markt.
 - Ondernemers hebben veel werk te doen - zij moeten positioneren en verkopen aan klanten en andere belanghebbenden (investeerders, werknemers, etc).
- 3) Er zijn verschillende manieren om markt te segmenteren:
 - Demografische segmentatie
 - Geografische segmentatie
 - Psychografische segmentatie
 - Gedragssegmentering
- 4) Een aantal positioneringsstrategieën zijn:
 - Een uniek verkoopvoorstel doen.
 - Niet-goed-geld-terug garanties geven
 - De klant opleiden
 - Creatieve prijsstrategieën hanteren