|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| * *Deze bijlage vult de in de vragenlijst verzamelde informatie aan.* * *Je hoeft enkel de velden in te vullen die op jouw marktevaluatie van toepassing zijn.* * *Voor de kolom resultaten, bedankt om tot de belangrijkste bevindingen en resultaten te beperken (maximaal 5 bevindingen/resultaten).* * *Bedankt om de informatie duidelijk en beknopt weer te geven.* | | | |
|  |  |  |  |
| **Analyseresultaten** | | | **Gehanteerde methodologie** |
| **1. MARKTSTUDIE** | Dynamiek van de markt  *Is het een groeiende of een krimpende markt?* |  | *Op welk type bronnen is je analyse gebaseerd? Met welke referentiejaren werkte je?* |
|  | Evolutie op de markt  *Wat zijn de innovaties en toekomstperspectieven van de markt?* |  |  |
|  | Omvang van de markt  *Hoe groot is het? Aantal potentiële prospecten (bedrijven, huishoudens of personen) ?* |  |  |
| **2. MILIEUSTUDIE** | Beleid  *Beslissingen van overheden (fiscaal beleid, buitenlandse handel, ...); de ministers die met jouw activiteit te maken hebben.* |  | *Hoe voerde je je onderzoek? Binnen welke perimeter?* |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | Economie  *Factoren die de koopkracht en het gedrag van consumenten beïnvloeden (beschikbaar inkomen, werkloosheid, rentevoeten, komende crisis of groei, groeipercentage, ...)* |  |  |
|  | Maatschappij  *Maatschappelijke kenmerken die de koopkracht beïnvloeden (demografie, opleidingsniveau, inkomensspreiding, houding ten opzichte van vrije tijd en werk, sociale mobiliteit, culturele evoluties, ...)* |  |  |
|  | Technologie  *Technologische vernieuwingen die de markt kunnen verstoren (overheidsuitgaven voor onderzoek en ontwikkeling, nieuwe octrooien, ontdekkingen, ...)* |  |  |
|  | Ecologie  *Milieugebonden factoren die de manier waarop activiteiten worden uitgevoerd beïnvloeden (afvalverwerking, uitstoot van vervuilende stoffen, ...); de natuurlijke hulpbronnen die nodig zijn om je activiteiten uit te voeren.* |  |  |
|  | Wetgeving  *Wetten en regelgeving met gevolgen voor het juridisch kader waarbinnen het bedrijf actief is.* |  |  |
|  | Typeprofiel van klanten; beoogde nieuwe klanten |  | *Welk(e) type(s) onderzoek(en) werd(en) uitgevoerd en op welke steekproef? Welke basishypotheses moesten door de analyse worden gevalideerd? Welke tools hanteerde je om je onderzoek te verspreiden?* |
| **3. BEOORDELING VAN DE VRAAG** | Prijs  *Welke prijs zijn ze gewend te betalen voor de aangeboden producten of diensten?* |  |  |
|  | Wat zijn de aankoopcriteria en de consumptietrends in je doelgroep? |  |  |
|  | Communicatie   *Via welke kanalen communiceren ze bij voorkeur (telefoon, mail, sociale media, face-to-face, fysieke events)?* |  |  |
| **4. ANALYSE VAN DE CONCURRENTIE** | Kenmerken van je rechtstreekse concurrenten  *Locatie, producten/diensten, prijzen, distributie, klanten, strategie, omzet, ...* |  | *Aan de hand van welke prospectietechnieken analyseerde je je concurrentie (deur-aan-deur, netwerken, zoekopdrachten op internet, oproepen, ...)? Binnen welke straal/afstand deed je onderzoek?* |
|  | Kenmerken van je onrechtstreekse concurrenten *Locatie, producten/diensten, prijzen, distributie, klanten, strategie, omzet, ...* |  |  |
|  | Door welke factoren wordt het succes van je activiteit bepaald? |  |  |
| **5. PROTOTYPES / UITTESTEN VAN PRODUCTEN/DIENSTEN** | Heb je je nieuwe product/dienst uitgetest? |  | *Hoe ging je te werk om je nieuwe product/dienst uit te testen? Bij hoeveel klanten?* |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  | Wat was de feedback van klanten? |  |  |
|  |  |
| **6. INTEGRATIE VAN DE CONCLUSIES VAN DE STUDIE IN JE PROJECT** | Welke beslissingen nam je qua productbeleid, prijszetting, klantenrelaties, communicatie, ... om de toekomst van je project te verzekeren? |  | |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |