

 

 ENCORE

कार्यशाला - बजार विश्लेषण

Alicante ०९.०५.२०२२-११.०५.२०२२



 

सिकेका प्रतिफलहरु

- बजार विश्लेषणको महत्त्वलाई हाइलाइट गर्नुहोस्।

- बजार विश्लेषण कहिले र के गर्नुपर्छ जान्नुहोस्

सफल बजार विश्लेषण गर्दछ।

- उद्यमीहरूले सफलतापूर्वक बजार विश्लेषण सञ्चालन गर्न प्रयोग गर्ने उपकरणहरू लागू गर्नुहोस्। सिकेका प्रतिफलहरु

- बजार विश्लेषणको महत्त्वलाई हाइलाइट गर्नुहोस्।

- बजार विश्लेषण कहिले र के गर्नुपर्छ जान्नुहोस्

सफल बजार विश्लेषण गर्दछ।

- उद्यमीहरूले सफलतापूर्वक बजार विश्लेषण सञ्चालन गर्न प्रयोग गर्ने उपकरणहरू लागू गर्नुहोस्।



 

## Agenda

Theory

Tools

Exercise



 

बजार विश्लेषण

बजार विश्लेषण = बजार विश्लेषण वर्तमान बजारको पूर्ण गुणात्मक र मात्रात्मक मूल्याङ्कन हो।



 

बजार विश्लेषण किन गर्ने ?

− स्रोत र समय बर्बाद नगर्नुहोस्

− प्रस्तावित समाधान आवश्यक छ भने पहिले निर्धारण गर्नुहोस्

− सुनिश्चित गर्नुहोस् कि माग पर्याप्त मात्रामा छ ताकि मानिसहरूले तपाईले प्रस्ताव गरेको कुराको लागि तिर्नुहुनेछ

− सम्भावित ग्राहकहरू र बजार अवस्थाहरू बुझ्न महत्त्वपूर्ण छ किनभने व्यवहार्य उत्पादन वा सेवाहरू विकास गर्ने राम्रो मौका पाउन महत्त्वपूर्ण छ।

बजार विश्लेषण किन गर्ने ?

बजार विश्लेषण को प्रकार

• गुणात्मक

ग्राहक प्रेरणा निर्धारण गर्नुहोस्:

जस्तै नजिकको अवलोकन = सानो समूह वा आमनेसामने

- मापनयोग्य डाटा जुन तथ्याङ्कमा रूपान्तरण गर्न सकिन्छ

 मात्रात्मक

* ठूलो मात्रामा डाटा सङ्कलन:

 जस्तै सर्वेक्षण, प्रश्नावली, मतदान विधि...

 - गहिरो डाइभिङ र अन्तर्निहित कारणहरू, विचारहरू र प्रेरणाहरू बुझ्नको लागि डिजाइन गरिएको



 

बजार विश्लेषणले पत्ता लगाउन मद्दत गर्दछ:

- मेरा सम्भावित ग्राहकहरू को हुन्?

- तिनीहरूको खरिद गर्ने बानी के हो?

- तिनीहरूमध्ये कति जना छन्?

- तिनीहरूले कति तिर्नेछन्?

- मेरो प्रतिस्पर्धा को हो?

– उनीहरुका चुनौती र सफलताहरु के–के छन् ?

बजार विश्लेषणको लागि आवश्यक डाटा कहाँ प्राप्त गर्ने

− वर्तमान ग्राहकहरू ◊ अमूल्य स्रोत

− आधिकारिक सरकारी वेबसाइटहरूबाट तथ्याङ्कहरू

− इन्टरनेट (विकिपिडिया होइन)

 

 बजार विश्लेषणका लागि उपकरणहरू

##### PESTEL

* 1. Decision Canvas

##### TAM SAM SOM

* 1. BCG



 

PESTEL

Evaluate the external environment of a business by breaking down opportunities and risks into:

###### **P** olitical

* + **E** conomic
	+ **S** ocial

###### **T** echnological

* + **E** nvironmental
	+ **L** egal



 

Decision Canvas – Over the fence

* Visualizes all the questions that need to be discussed before starting a decision-making process or project – on one page!
* Supports in identifying whether a decision needs to be taken
* Slow thinking – supports in good decision-making – think about yourself!



 

### TAM SAM SOM

* + **TAM:** Total Addressable Market = Total market for your product
	+ **SAM:** Serviceable Available Market = Portion of the market you can acquire based on your business model
	+ **SOM:** Serviceable Obtainable Market = Percentage of SAM you can realistically capture



 

### BCG matrix

* Cash cows: don’t cost much and promise high returns
* Stars: need big investments to turn them into cash cows
* Question Marks: can be turned into stars with a lot of support and investment
* Dogs: should only be held on to if they have value other than financial e.g. vanity project



 

## Market analysis

* + According to a pre-defined structure (Market Evaluation Model)

Customers

Competitor analysis

Industry analysis

Macro-economic analysis

Market Analysis

* + Macro- and micro environment analysis according to pre-set indicators
	+ No unified approach – each company needs to find their process
	+ Often done through consulting – why? Expensive and resource intense when done accurate



 

Exercise *(1-1,5 hour)*

1. Get together in your university team groups
2. Conduct a market analysis for your EKCs
3. Use the Excel grid to write down your findings
4. Write a short summary of your findings
5. Present shortly what the outcome of your analysis is.



 

# ENCORE

#### Workshop – Market Analysis

Alicante 09.05.2022-11.05.2022