

## MSSA PERSVRYSTELLING:

### WAAROM KLEINSAKE ONDERNEMINGS MARK-/BEMARKINGSNAVORSING MOET DOEN

Baie klein besighede (veral medium en klein ondernemings) voer nie effektiewe mark- / bemarkingsnavorsing uit nie. Hulle sien nie die voordeel om geld vir hierdie doel te bestee nie en dink dis net die korporatiewe maatskappye wat marknavorsing moet doen, sê Schalk van Vuuren van MSSA (Markstudies en Statistiese Analise).

Bemarkingsnavorsing is duur en die opbrengs op die belegging lewer 'n medium tot langtermyn voordeel. Kleiner maatskappye kan egter ook by marknavorsing betrokke raak deur baie van die data-insameling self te doen deur 'n kwalitatiewe benadering te volg. Byvoorbeeld, die eienaar/bestuurder kan die omgewing waarin daar besigheid gedoen word mededingers identifiseer, inligting versamel deur gepubliseerde navorsingsverslae te bestudeer en om te praat met 'n paar kliënte oor die produkte en dienste wat gelewer word. Ongelukkig is die voordeel van die inligting beperk, maar dit is beter as om glad nie inligting te hê nie. Dit sal slegs 'n deel van die prentjie wys. Deur stelselmatige insameling en klassifikasie prosedures te gebruik, kan 'n meer effektiewe bemarkingsaksie of verkoopaksie onderneem word vir verhoogde verkope en beter winste vir die besigheid.

Hoe groter jou besigheid, hoe meer formele of wetenskaplike data-insameling metodes word vereis. Dit verg tyd insig en denke om dit te doen en dit is meer voordelig om hierdie aktiwiteit uit te kontrakteer. Dit is veral waar as jy beduidende geld wil spandeer op jou advertensie en ander kommunikasieaksies.

So, wat is die voordele van inligting wat deur marknavorsing versamel word oor jou mark en mededingers?

Dit kan jou besigheid help om van die begin af te groei deur marknavorsing te gebruik om die basiese inligting in te samel om die ervaringskurwe te verkort soos jy in jou sakebedrywighede vorder. Dit sal vir jou en die besigheid in staat stel om ingeligte besluite te neem. Beter as jou mededingers te doen en die besighedsrisiko's te verminder. Dit sal jou besigheid in staat stel om sy resultate te optimaliseer en sy sakeplanne te bemagtig. Jy sal verkoopseleenthede kan sien, huidige en toekomstige probleme in jou bedryf identifiseer. Dit sal ook raaiwerk uitskakel wanneer 'n nuwe bemarkingsinisiatief beplan word en kliëntediensvlakke verbeter.

Op strategiese vlak sal jy die tendense in jou mark kan volg, uitbreidingsmoontlikhede identifiseer, realistiese teikens stel en effektiewe strategieë ontwikkel.

Kontak MSSA (Schalk van Vuuren-0832529176) vir **Toetreevlak-marknavorsing, Verkennende marknavorsing** of **Tradisionele marknavorsing** vir jou kliensake-onderneming. Besoek die webwerf by: [www.mssa-research.co.za](http://www.mssa-research.co.za) vir meer inligting.