Of u nu een [bedrijf wilt opzetten](http://www.businesscompleet.nl/kennisbank/1204-Start-juist-nu-een-bedrijf.html) of een nieuw product wilt lanceren, na een marktonderzoek moet u weten of uw idee haalbaar is. Dus onderzoekt u (of laat u onderzoeken) wat voor u de juiste branche, omgeving en klanten zijn, en – niet te vergeten - wie uw concurrenten zijn. Als eenmaal de resultaten binnen zijn, kunt u uw idee nog enigszins bijstellen.

**1- Wanneer marktonderzoek?**
Een marktonderzoek kan u inzicht geven in een concreet probleem of vraagstuk, of als er onzekerheid is over de toekomstrichting. U kunt dus bijvoorbeeld een marktonderzoek doen als u:

* Een nieuw bedrijf start;
* Als u uw bedrijfsformule wilt aanpassen;
* Als u een nieuw product wilt lanceren;
* Als u wilt weten of u potentiële klanten behoefte hebben aan uw (nieuwe) product;
* Als u wilt weten wie u concurrenten zijn en wat ze doen.

**2- Wat wilt u onderzoeken?**
Het ligt misschien voor de hand, maar u moet zich eerst afvragen wat u wilt onderzoeken. Wilt u uw klanten onderzoeken, uw concurrentie, de omgeving of uw branche?

**3- Onderzoek uw klanten**
Met een klantonderzoek maakt u een analyse van uw toekomstige [klanten](http://www.businesscompleet.nl/kennisbank/438-Omgaan-met-de-klant.html%20).



Door zoveel mogelijk vragen over uw doelgroep te beantwoorden, krijgt u een goed beeld van uw klanten.

**Business to consumers**
Als u direct aan consumenten wilt leveren, moet u zich afvragen hoe groot de groep is. U moet bijvoorbeeld ook een inschatting maken over hoeveel van die klanten bij u willen kopen. Het observeren van de straat of wijk waar u zich wil vestigen kan ook veel inzicht geven.

**Indirect aan consumenten leveren**
Als u niet direct, maar indirect aan consumenten wilt leveren, moet u zich afvragen welke (distributie-)kanalen u gaat gebruiken. Gaat u leveren via de horeca, via webwinkels, via markthandelaren of bijvoorbeeld via groothandels. En ook hier moet u zich afvragen hoe groot de doelgroep is en hoe groot u denkt dat uw marktaandeel zal worden.

**Business to business**
Als u business to business wil leveren dan levert u aan het bedrijfsleven. Ook hier moet u zich afvragen hoeveel bedrijven tot uw doelgroep behoren. En als u hebt bepaald hoeveel van die bedrijven er zijn; dan is de vraag hoeveel daarvan klant zullen worden.

**4- Onderzoek uw concurrentie**
Naast de vraag aan wie u wilt leveren, is het essentieel om u af te vragen wie uw concurrenten zijn. Zo kunt u bepalen hoe u zich wilt onderscheiden van die concurrentie. Maar u wilt bijvoorbeeld ook weten hoeveel concurrenten er zijn er, welke prijs zij berekenen en wat hun sterke en zwakke punten zijn.

**5- Onderzoek de omgeving**
Naast uw klanten en uw concurrenten kan het ook heel belangrijk zijn om de omgeving te onderzoeken. Want ondernemers hebben te maken met factoren die ze niet kunnen beïnvloeden, maar waar ze wel rekening mee moet houden. Zoals wetten en regels, het economische klimaat en bijvoorbeeld de technologische ontwikkelingen

**6- Onderzoek uw branche**
Tenslotte is het verstandig om uw [branche](http://www.businesscompleet.nl/cijfers-en-trends.html) te (laten) onderzoeken. En u doet dat omdat u bijvoorbeeld wilt weten wat de gemiddelde omzet in uw branche is, wie de belangrijkste aanbieders zijn, hoe de ontwikkelingen in de afgelopen periode waren en vooral wat de [verwachtingen](http://www.businesscompleet.nl/kennisbank/1454-Waar-staat-u-met-uw-bedrijf-over-drie-jaar.html%20) zijn voor de toekomst.

**7-Informatie over uw branche**
U kunt heel veel informatie over uw branche vinden bij de Kamer van Koophandel, het Economisch Instituut voor Midden- en Kleinbedrijf, maar ook bij bijvoorbeeld ABN Amro, ING Bank of de Rabobank. Maar minstens zo belangrijk is het om eens te praten met ondernemer en leveranciers uit uw branche.

**8- Bestaande onderzoeken gebruiken**
Als u gebruik maakt van bestaande onderzoeken en informatie, kunt u - zoals al eerder aangegeven - bij de Kamer van Koophandel bijvoorbeeld cijfers opvragen over de branche en regio's. En u kunt een overzicht krijgen van brancheorganisaties en vakbladen die u verder op weg kunnen helpen.