

# מכון ציגלמן

מחקרי שוק • בחינת השקעות • ליווי עסקי

## עבודת של חקר שוק אודות שוקי חו"ל מסייעות להגדיל את הייצוא הישראלי

הייצוא הישראלי לחו"ל מגיע לסכום שנתי של מעל לתשעים מיליארד דולר (90\$B) ומתוכו, הייצוא התעשייתי תופס נתח נכבד של כארבעים מיליארד דולר (40\$B). יצוא תעשייתי זה הוא מנוע צמיחה עיקרי של המשק הישראלי. הייצוא התעשייתי לחו"ל הוא בסכום שנתי כה גבוה עקב כמה גורמים. אחד הגורמים החשובים, אשר לא מרבים לכתוב אודותיו, הוא ההסתמכות הגוברת של היצואן על עבודה של חקר שוק. זוהי עבודה המוזמנת קודם לכניסתו של היצואן אל מדינת יעד מסוימת וגם במהלך שיווק הנעשה כלפי אותה מדינת יעד בחו"ל.

עבודה של חקר שוק היא כוללת את חמשת הנושאים הראשיים הבאים:

1. חקר של התנהגות קונים
  2. חקר של צינורות השיווק
  3. חקר של התחרות
  4. חקר של מאפייני שוק שהם מסוג "מאקרו" (macro)
  5. בחינה של מודלים עסקיים אשר עשויים להתאים עבור היצואן הישראלי.
- זוהי עבודה הנמשכת כשלושה חודשים, והיא מסוכמת בתוך דו"ח מודפס מפורט. עבודה כזו תורמת להעלאת רמת המידע אשר מצוי אצל היצואן ביחס אל השוק הנחקר בחו"ל, מרמה צנועה כמו של 5%, השמורה לאינטואיציה שלו, אל רמה גבוהה כמו של 60-70%.
- המידע השיווקי הנוסף הנאסף בעבודה של חקר שוק הוא מסייע ליצואן בהחלטות שלו כמו הבאות:
1. האם להכנס אל השוק בחו"ל?
  2. אם כן, באיזה מודל עסקי?
  3. לפי אילו פלחי שוק של משתמשי קצה כדאי לכאורה לשווק, במהלך השנים הראשונות?
  4. מהו אפיון רצוי עבור המוצר המוצע?
  5. מהו מחיר יעד רצוי?
  6. על איזה צינור שיווק כדאי להסתמך?
  7. מהו תקציב שנתי רצוי לקידום מכירות, ומהם כלי קידום מכירות עיקריים, אשר עליהם כדאי להסתמך?
- כתוצאה מקבלתן של החלטות איסטרטגיות וגם טקטיות נכונות יותר, הרי:
- א. נחסך ליצואן סכום כסף ניכר אשר היה, אם המידע השיווקי לא היה נמצא ברשותו, מבוזבז למימון של פעולות שיווק לא נכונות וגם,
  - ב. מקוצר זמן החדירה של היצואן אל שוק היעד שלו בחו"ל. זמן החדירה הנדרש אל שוק היעד (time to market) הוא קריטי בהשגה של יתרון יחסי על פני מתחרים, וגם בשימורו של יתרון יחסי כזה.