**Slides CP2: Market research**

**1) Primary data**

- Xây dựng bảng câu hỏi (questionnaires) liên quan đến ý tưởng/sản phẩm gửi đến ít nhất 100 respones. Lưu ý các câu hỏi hạn chế dạng câu trả lời Yes/no, mà phải là những câu hỏi “mở”.

- Mỗi team thực hiện ít nhất 2 cuộc phỏng vấn với chuyên gia trong lĩnh vực mà team đang nghiên cứu. Ví dụ, team nghiên cứu về ẩm thực + fitness, thì cần phỏng vấn trực tiếp với ít nhất 2 PT liên quan về chế độ ăn uống, tập luyện,….

- Sau đó, sử dụng các số liệu đã thu thập để vẽ các chart minh họa.

- Một số gợi ý cho các dạng câu hỏi khi phỏng vấn trực tiếp hoặc gửi qua google form:

* Anh/chị cảm thấy khó khăn lớn nhất mà mình gặp phải khi thực hiện công việc mà mình đang muốn làm là gì? Ví dụ về idea gợi ý đồ ăn healthy cho người giảm cân thì vấn đề khó khăn lớn nhất là họ không biết nên giảm/tăng những loại thức ăn gì? Nên ăn/uống vào những thời điểm nào là phù hợp?,…
* Hãy nói cho chúng tôi biết lần gần nhất mà anh/chị gặp khó khăn trong vấn đề mà anh/chị nói ở trên?
* Tại sao anh chị gặp khó khăn lớn đối với vấn đề trên?
* Và anh/chị đã làm gì để cải thiện vấn đề khó khăn trên?
* Và khi thực hiện giải pháp trên, thì anh/chị cảm thấy điều gì là bất tiện hoặc chưa hài lòng?

**- Lưu ý các bằng chứng về survey qua google form (tên, địa chỉ email, nghề nghiệp) và phỏng vấn trực tiếp (tên, sdt, nghề nghiệp, nơi làm việc) phải được lưu lại để khi giảng viên hỏi đến.**

**- Lưu ý khi khảo sát và phỏng vấn trực tiếp, không chia sẽ về ý tưởng/sản phẩm mà team chuẩn bị triển khai, mà thay vào đấy là lắng nghe về các vấn đề mà các đối tượng phỏng vấn đang gặp phải.**

**2) Secondary data**

- Nghiên cứu, tìm kiếm, và tổng hợp các số liệu liên quan về ý tưởng/sản phẩm mà nhóm đang thực hiện. Ví dụ các số liệu về market size, phân khúc khách hàng theo độ tuổi/giới tính/sở thích/thu nhập/thói quen/nghề nghiệp…., các thói quen, nhu cầu sử dụng, thời gian & thời điểm,…. liên quan đến việc sử dụng ý tưởng/sản phẩm mà nhóm đang nghiên cứu.

- Xu hướng thị trường (nếu có) về hành vi tiêu dung, công nghệ,…. Liên quan đến sản phẩm của team.

- Phân tích đối thủ cạnh tranh. Có 3 loại đối thủ cạnh tranh:

* Brand competitors: similar products, but different brand names (Coke vs Pepsi)
* Industry competitors: similar products, but different business approaches (online vs traditional book-selling stores)
* Form competitors: Different products, but satisfying the same needs.
* Do đó, tùy vào ý tưởng/sản phẩm mà team nghiên cứu, chọn ra một số đối thủ chính để phân tích về điểm mạnh và yếu của đối thủ, và so sánh với sản phẩm mà team đang triển khai 🡺 **cần chỉ ra điểm khác biệt của sản phẩm mà team đang hướng đến**.

- Từ những thông tin trên, làm 1 slide về phân khúc khách hàng (market segmentation), nghĩa là nhóm cần chỉ ra đối tượng users chính (persona) mà team nhắm đến (target).

- Cần có 1-2 slide cho thấy được so sánh giữa sản phẩm của team và đối thủ khác dựa trên các tiêu chí về: tính năng sản phẩm, giá sử dụng (nếu có), công nghệ sử dụng (nếu có), lượng người dùng (nếu có), thị phần (nếu có),…. Ví dụ như dưới:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Sản phẩm team A | Đối thủ cạnh tranh B | Đối thủ cạnh tranh C |
| Chức năng/đặc điểm A | X | X | Không có |
| Chức năng/đặc điểm B | X | Không có | X |
| Chức năng/đặc điểm C | X | X | X |
| Chức năng/đặc điểm D | X | Không có | X |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Biểu phí | Đối thủ cạnh tranh B | Đối thủ cạnh tranh C |
| Chức năng 1 | Miễn phí trong tháng đầu | 10 USD/tháng |
| Chức năng 2 | 20 USD/1.5 tháng | 25 USD/1.5 tháng |
| Chức năng 3 | Không có | 30 USD/1 tháng |