

## Utan analys är det rena gissningsleken

Framgångsrik marknadsföring leder till försäljning, men du kan inte marknadsföra vad som helst, till vem som helst, när som helst. För att en marknadsaktivitet ska ha förutsättningar för att vara framgångsrik krävs det att såväl kunder som konkurrenter analyseras. Kundens behov i form av lösningar, konkurrenternas erbjudanden och val av tidpunkt måste vara klarlagda innan aktiviteter påbörjas. De kunder som alla vill ha kanske inte är lönsamma eller inte passar dig. Information som du behöver för analysarbetet hittar du t ex via internet, affärsdatabaser och framförallt genom kommunikation med tilltänkta kunder. Att intervjua kunden om hur behoven ser ut är rätt självklart, eller hur. När analysen är klar vet du vad du ska erbjuda till vilka kunder och när i tiden. Se till att det du erbjuder är något ni kan leverera och som förstärker din position på marknaden och ditt varumärke. Just varumärkestänkandet är viktigt eftersom det bygger på kundens bild och värderingar av dig som leverantör. Du behöver inte alltid ha en överlägsen produkt, det räcker om den är jämbördig om ditt varumärke är starkare.