

## **De Probleemstelling**

Het uitvoeren van een onderzoek is bijzonder moeilijk wanneer het niet duidelijk is waar naartoe gewerkt moet worden. Er is een doelstelling, een situatie analyse en een prognose.

De situatieanalyse en de prognose vormen de probleemstelling.

### **De situatieanalyse**

De situatieanalyse is de situatie waarin de organisatie zich nu bevindt, en betreft de interne en externe omgevingsfactoren, waar de organisatie mee te maken heeft. Deze factoren omvatten:

- De markt: wie zijn de vragers, de omvang van de markt, hoe ontwikkel zich de vraag
- De concurrentie: wie zijn de concurrenten, hun strategie, sterktes en zwaktes, en hun marktaandelen.
- De doelgroep: het profiel van de doelgroep, koopgedrag, en bestedingsgedrag
- De distributiestructuur: welke distributiekkanalen worden ingeschakeld, welke ontwikkelingen doen zich voor. Concentratie en machtsverschuivingen.
- Het eigen beleid: hoe zag ons marketingbeleid er in de afgelopen jaren uit
- De externe factoren: Welke omgevingsfactoren zijn van invloed op de vraag, en welke ontwikkelingen worden daarin gesignaleerd?

### **De prognose**

De gegevens van de situatieanalyse zijn nu verzameld, waarna er een prognose kan worden gemaakt. Hierbij zal de toekomstige vraag naar het product worden ingeschat, waarbij alle factoren die belicht zijn in de situatie analyse, worden meegewogen.

Naar gelang de doelstelling, zal zich de vraag aandienen hoe deze te bereiken. Deze kan worden omvat in de probleemstelling.

Het doel van de eerste stap is het zo scherp mogelijk te formuleren. Dit doe je door het probleem op verschillende manieren te herformuleren.

# Hoe formuleer je de Probleemstelling

## Hulpvragen bij opstellen probleemstelling

1. Uit welke **onderdelen** bestaat het probleem?
2. Wat is de **geschiedenis** van het probleem?
3. Welke verschillende **categorieën** zijn er in het probleem aan te brengen?
4. Wat is het **belang** van het probleem of de probleem oplossing?
5. **Onderwerp** : Wat wil je onderzoeken?
6. **Vraag** : Wat wil ik weten?
7. **Doel** : ...

Bijvoorbeeld:

1. Wie zijn mijn klanten?
2. Ik ben beginnend ondernemer, en bevind mij in een bedrijfstak die in het verleden altijd voldoende klandizie had.
3. Categorieën zijn: Hoe bereik ik mijn klant, Wat wil mijn klant?
4. Het belang is dat er zonder klant geen inkomsten zijn, en geen bestaansredenen voor het bedrijf
5. De klant en de markt
6. Wat wil de klant en hoe bereik ik hem of haar?
7. Marktonderzoek

Probleemstelling:

## Hoe doe ik marktonderzoek?

Het doel van de eerste stap van het creatieve proces is om het probleem zo scherp mogelijk te formuleren. Dit doe je door het probleem op verschillende manieren te herformuleren. Een goede stelling bestaat uit één zin en is actief geformuleerd, bijvoorbeeld als hoe-vraag of 'Bedenk ..'. Het verschil tussen deze twee zit in de focus van de probleemstelling:

- **Hoe-vraag**: focus ligt op manier waarop doel moet worden bereikt.
- **Bedenk ..** : eindresultaat als focus.

Een goede stelling bevat verder een probleemeigenaar, werkwoord en doelgebied.

Geen brainstorm zonder probleemeigenaar. De probleemeigenaar of probleemhebber is degene die (de opdracht heeft om) het probleem moet oplossen. Zonder probleemeigenaar dreigt een brainstorm een vrijblijvende bijeenkomst te worden.

Een goede probleemeigenaar voldoet aan de vier vereisten:

1. Hij is betrokken
2. Hij is bevoegd
3. Hij is bereid
4. Hij is bekwaam

### **Ambitie**

Probeer tot slot de probleemstelling ambitieus te maken.

In plaats van '**Hoe kunnen wij marktonderzoek doen ?**'

kan je ook vragen:

**Hoe kunnen wij marktonderzoek doen naar onze klanten, met een minimum aan kosten?**