

## کار برگ تجزیه و تحلیل آماری

این کاربرگ به شما کمک می کند جامعه هدف را با شرح ویژگیهای آماری آن تعیین کنید. به تمام سوالات کاربرگ پاسخ دهید. در پایان، نمایه آماری بدست آمده را با ترکیب جمعیتی ناحیه بازار خود مقایسه کنید. به این ترتیب می توانید تعداد افراد یا تجارتهای موجود در منطقه بازار خود را که با نتایج آماری شما مطابقت دارد، تعیین کرده و قدرت دوام پذیری تجارت خود را مشخص کنید. اگر بیش از یک گروه جمعیتی خریدار محصولات شما هستند، آنها را در کاربرگ جداگانه ای، شرح دهید.

### نمایه مشتری

مشتری شما، فرد یا مشاغلی است که برای محصولات شما پول می دهند و باید برای خرید آن هر طوری هست متقاعد شوند. اما عملاً شاید افراد یا مشاغل دیگری از آن محصول استفاده کنند، برای مثال، شاید مدیر IT محصول را بخرد اما برنامه نویس از آن استفاده کند. فکر کنید که چطور به هردوی این بخش ها برسید و هرکدام را چگونه جذب کنید؟

آیا مشتریان شما افراد هستند یا مشاغل؟

#### فروش به افراد

جنس، سن، موقعیت اجتماعی، سطح دانش، موقعیت شغلی، سطح درآمد، مذهب، سبک زندگی، شخصیت، عادات خرید و سایر ویژگیهای متغیر جمعیتی را شرح دهید.

#### فروش به مشاغل

صنایع، میزان فروش، و سایر ویژگیهای مربوط به مراکز تجاری را که خریدار محصولات یا خدمات شما هستند، شرح دهید.

### نمایه جغرافیایی

مشتریان شما در چه منطقه ای مستقر هستند؟

چه تعداد مشتری در بازار شما وجود دارد؟

سالانه چه تعداد واحد فروش در بازار شما وجود دارد؟

ارزش پولی فروش، سالانه در بازار شما چقدر است؟