



# Údarás na Gaeltachta

## MARGAÍOCHT

Is í an mhargaíocht an próiseas bainistíochta lena sonraítear riachtanais an chustaiméara agus a n-aithnítear roimh ré iad chun sochair don ghnó. Ba cheart polasaithe agus beartaíocht uile an chomhlachta a bheith dírithe ar riachtanais an chustaiméara a shásamh. Ba cheart dóibh siúd atá ag cur gnó dá gcuid féin ar bun a mheabhrú gur tábhachtaí díolachán brabúsach ná an díolachán ar an toirt is mó a d'fhéadfaí.

Tá ceithre ghné ag baint leis an margaíocht fhiúntach:

1. Is féidir **taighde margaíochta** a dhéanamh d'fhonn riachtanais dhamhna custaiméirí a chinntiú
2. Déantar anailís ar na buntáistí iomaíochais d'fhonn **straitéis mhargaíochta** a chur le chéile
3. Socraítear go sainiúil ar **spriocmhargadh**
4. Deimhnítear na bealaí chun riachtanais chustaiméirí éagsúla a shásamh trí **chomhphárteanna an mhargaidh** a thabhairt chun aire

### 1. **Taighde Margaíochta**

Sula ndéantar aon taighde, ní mór soiléire maidir leis an eolas is mian le duine a aimsiú. Pléitear ceisteanna cosúil leo siúd a leanas trí thaighde margaíochta:

- Cé na táirgí/seirbhísí atá i gceist agat? An bhfuil éileamh ar an táirge/seirbhís sin?
- Cén luach iomlán atá leis an margadh? Ní mór brabúsacht na hearnála a bhfuil i gceist dul ina bhun a mheas
- Cén córas díolacháin agus dáiliúcháin atá agat?
- Cén limistéir tíreolaíochta ina mbeidh tú ag díol? Cé chomh tábhachtach agus atá suíomh an ghnóthais don ghnó?
- Déan próifíliú maidir le do chuid ábhar custaiméara – daonra, déimeagrafaíocht, leibhéal ioncaim, srl.
- Déan staidéar ar an lucht iomaíochta – cé hiad féin, cé mhéad acu atá ann, cé na buanna/míbhuntáistí atá acu?

Sa chás gur féidir na ceisteanna sin thuas, agus ceisteanna eile nach iad, a fhreagairt go sásúil, ba cheart go mbeifí ullamh chun meastachán a thabhairt ar an méid díolacháin a bhainfí amach. Is í ceist na cinniúna, an leor an díolachán sin chun gnóthas den rath a rith?

Bíonn gá le heolas tráthúil fiúntach ar chúrsaí an mhargaidh le margaíocht mhaith a dhéanamh. Is minic a d'eascródh eolas faoi mhíshástacht nó táirgí agus seirbhísí nua ó chlár taighde neamhchostasach bunaithe ar cheistiúcháin a eisiúint do chustaiméirí reatha agus ionchais.

Gheofar léargas ar phátrúin reatha a imríonn tionchar ar an díolachán agus ar an mbrabúsacht ó thaighde margaíochta chomh maith. Ba cheart súil a choinneáil ar athruithe sa daonra, athruithe sa dlí agus ar chúinsí eacnamaíochta go logánta d'fhonn fadhbanna agus deiseanna a thabhairt faoi deara go beo. Tá sé tábhachtach go gcoinneofaí suas leis na straitéisí atá an lucht iomaíochta a oibriú sa mhargadh chomh maith.

#### ***An taighde margaíochta a dhéanamh:***

1. Tabhair faoi deara an fhadhb agus sonraigh go sainiúil í – Tá an-tábhacht le haidhmeanna an fheachtais margaíochta a shoiléiriú. Is féidir go leor ama a chur amú le taighde margaíochta ar an bhfadhb chontráilte.
2. Déan anailís ar an gcás – Is suirbhé neamhfhoirmiúil maidir leis an eolas atá ar fáil faoi ábhar deacrachta atá san anailís. Cuideoidh sé leat an t-eolas atá de dhíth ort a chur in ord tábhachta. Tá sé tábhachtach taighde thánaisteach a dhéanamh sula ndéantar taighde bhunúsach ionas nach gcuirtear suirbhé thaighde bhunúsach ar choimisiún costasach nuair atá an t-eolas ar fáil cheana féin ó fhoinsí tánaisteacha. Seo a leanas roinnt foinsí eolais:
  - Gnómhaireachtaí de chuid an Rialtais ar nós Enterprise Ireland ([www.enterpriseireland.com](http://www.enterpriseireland.com)), Shannon Development ([www.shannon-dev.ie](http://www.shannon-dev.ie)), Údarás na Gaeltachta ([www.udaras.ie](http://www.udaras.ie)), [www.basis.ie](http://www.basis.ie), [www.irlgov.ie](http://www.irlgov.ie)
  - Boird Fiontair Cathrach agus Contae ([www.enterpriseboards.ie](http://www.enterpriseboards.ie)), Cumainn Lucht Tráchtála nó Cumainn Trádála Sainspeisialta
  - Leabharlanna áitiúla, irisí gnó, eolas daonáirimh, bancanna, srl.
3. Taighde sheachtrach réamhstaidéir – d'fhonn cinntiú gur eolas fiúntach atá á lorg agat. Dírítear ar fhíricí, téitear ar ais go dtí liosta na gceisteanna agus feictear an bhfuil freagraí orthu á bhfáil. Cur amú ama atá ann eolas suimiúil gan fiúntas leis a bhailiú.
4. Modh bailithe na sonraí – ceaptar an ceistiúchán agus déantar tástáil air. Bítear cinnte go bhfuil na ceisteanna le tuiscint agus go dtarraingeoidh siad freagraí úsáideacha.
5. Taighde sheachtrach – Cuirtear na ceisteanna. Tá sé tábhachtach grúpa iléagsúil a roghnú mar ghrúpa samplach. Ná bunaítear an taighde margaíochta ar thuairim cairde agus gaolta amháin. Ní gá go mbeifí ionraic leat.
6. Próiseáil sonraí – Déantar anailís ar an eolas a thiomsaítear agus baintear ciall as.
7. Tuairisc – An t-eolas a chur i láthair. Ba cheart go ndéanfaí gníomh mar gheall ar thorthaí agus go dtáil taighde agus go mbeidís mar bhonn le plean margaíochta.

#### ***2. Straitéis Margaíochta:***

Aithníonn straitéis margaíochta grúpaí custaiméirí a bhféadann gnó faoi leith freastal níos fearr a dhéanamh orthu ná a spriociomaitheoirí, agus réitíonn tairiscintí táirge, praghsanna, dáileadh, obair chur chun cinn agus seirbhísí i dtreo na bpáirteanna sin den mhargadh. B'fhearr dá dtabharfadh an straitéis aghaidh ar riachtanais chustaiméirí nach bhfuil freastal á dhéanamh orthu agus a thairgeann dóthain brabúis a d'fhéadfadh a bheith ann. Cuidíonn straitéis mhaith le gnó díriú ar na spriocmhargaí

is fearr a bhfuil sé in ann freastal orthu. An bealach is fearr le dul i bhfeidhm ar an margadh, fás ar na díolacháin agus brabús a dhéanamh ná do chuid táirgí/seirbhísí a chur ar an margadh go héifeachtach agus go héifeachtúil. Éilíonn sé sin pleanáil margaíochta mhion lena n-áirítear an táirge a sheoladh agus straitéisí díolacháin agus ba chóir go mbeidís sin i do phlean gnó.

Is cur chuige struchtúrtha é anailís SWOT ó thaobh meastóireacht a dhéanamh ar shuíomh straitéiseach gnó trí aithint a dhéanamh ar a chuid láidreachtaí, laigí, deiseanna agus bagairtí. Soláthraíonn sé modh simplí le sintéisiú a dhéanamh ar thorthaí iniúchadh margaíochta. Nuair a bhíonn anailís SWOT déanta is féidir smaoinemh cén bealach le laigí iomaíochais a athrú ina láidreachtaí agus bagairtí a athrú ina ndeiseanna. Bí réalaióch – ná roghnaigh roghanna nach dóigh a n-éireodh leo nó ar dóigh nach bhféadfaí a bhaint amach.

Ba chóir go mbeadh do phlean margaíochta bunaithe ar an bhfaisnéis agus ar an taighde margaidh is déanaí, ba chóir go dtabharfadh mioneolas ar shuíomh iomaíoch do chuideachta agus go mbreithneofaí na deiseanna agus na riosca ar áit an mhargaidh. Ní mór duit aird a tharraing ar bhuir gcuid tréithe: cén chaoi ar féidir le do chuideachta idirdhealú a dhéanamh idir í féin agus na hiomaitheoirí? Ba chóir go socródh an plean margaíochta freisin na gníomhartha margaíochta is éifeachtaí chun bhuir gcuid aidhmeanna agus spriocanna a bhaint amach.

### **3 Aithin do Sprioc-Mhargadh**

De ghnáth bíonn teorainn leis an méid acmhainní a bhíonn ag gnóthaí beaga le caitheamh ar mhargaíocht. Má dhírítear an obair ar phríomhpáirteanna den mhargadh –spriocmhargaíocht - faightear an toradh is fearr ó infheistíocht bheag. Tá bealaí éagsúla ann chun an margadh a chur i bpáirteanna:

1. Páirteanna geografacha:- Speisialú i bhfreastal a dhéanamh ar riachtanais chustaiméirí i limistéar áirithe geografach. Mar shampla b'fhéidir nach seolfadh siopa grósaeireachta fógraí ach chuig daoine a chónaíonn i bhfoisceacht leathmhíle don siopa.
2. Páirteanna Custaiméirí – Aithint a dhéanamh orthu sin is mó is dóichí a cheannódh an táirge nó an tseirbhís, (bunaithe ar aois, inscne, oideachas, obair, ioncam, stádas, luachanna, dearcaí agus stíl bheatha srl) agus díriú ar na grúpaí sin.

Trí dhírú ar mhargadh shonrach beidh straitéisí do dhearadh, praghsanna, dáileadh, cur chun cinn, suíomhú, agus feabhas a chur ar an táirge, ar an tseirbhís nó ar an smaoinemh níos éasca, níos éifeachtaí, níos éifeachtúla agus níos costas-éifeachtaí.

### **4. Meascán Margaíochta**

Tá ceithre phríomhchuid i ngach clár margaíochta a chuirtear le chéile i gclár margaíochta foriomlán:

- Táirgí agus Seirbhísí
- Praghais
- Cur chun cinn

- Áit

**Táirgí agus Seirbhísi** – Is céad chéim thábhachtach sainiú a dhéanamh ar an táirge atá tú a thairiscint ó thaobh margaíocht a dhéanamh ar do ghnó. D’fhéadfaí a áireamh ar straitéisí táirgí díriú ar líne chúnng táirgí, forbairt a dhéanamh ar tháirge nó ar sheirbhís an-speisialaithe nó pácaíste táirge-seirbhíse ina mbíonn seirbhís ardchaighdeáin neamhghnách a chur ar fáil

**Praghas** – Bíonn an praghas ceart fíorthábhachtach le cur chomh mór agus is féidir leis an ioncam iomlán. Tríd is tríd ciallaíonn praghsanna níos airde méid níos ísle agus vice-versa, go minic áfach is féidir le gnónna beaga praghsanna níos airde a bhaint amach de bharr a seirbhíse pearsanaithe. Cuireann gnóthaí a n-éiríonn go maith leo lena mbrabúis trína bpraghsanna a mheaitseáil leis an luach a chuireann custaiméirí ar a dtáirgí nó seirbhísí. Socróidh an praghas a ghearrann tú na corrlaigh agus do phá féin. Bíonn baint dhlúth ag praghas le creidiúint agus le cáilíocht táirge nó seirbhíse. Ba chóir duit monatóireacht seasta a dhéanamh orthu sin a bhíonn in iomaíocht leat ó thaobh praghsanna. Chomh luath agus a bhíonn do phraghas socraithe agat tá sé an-deacair é a athrú d’uireasa custaiméirí a chailliúint.

**Cur chun cinn**- Áirítear ar straitéisí chur chun cinn fógraíochta, díol pearsanta, cur chun cinn díolachán, caidreamh poiblí, margaíocht ar-líne agus idirghníomhú díreach le custaiméirí. Tá sé tábhachtach go mbeadh díoltóireacht mhaith ag gnóthaí beaga mar nach mbíonn an oiread sin acu le caitheamh ar fhógraíocht. Tá tábhacht freisin le fógraíocht mhaith ó thaobh an leabhair fóin. Tá éifeacht le dírfhost, agus is méan ísealchostais é do gnóthaí beaga. Áirítear fógraí sna nuachtáin réigiúnacha, bróisiúir, póstaer, páirtíocht i dtaispeántais trádála, margaí srl ar mhodhanna eile chur chun cinn

**Áit** – Ní mór an critéar fisiciúil is gá le go n-éireoidh go maith le gnó a bheith socraithe go maith roimh ré. Cé mhéad spáis a bheidh ag teastáil? Féach ar na riachtanais: beidh deisc, fóin, fótachóipeálaí, meaisín faics, fáiltiú srl ag teastáil ó oifig. B’fhéidir go mbeadh áiteanna iompair, luchtú/dáileadh, riachtanais leictreachais, meáchan meaisíní, ceisteanna comhshaoil, ceisteanna sláinte & sábháilteachta ag baint le monarcha/ceardlann. An mbeidh gá le cead pleanála? An gceannóidh tú nó an bhfaighidh tú ar léas? Cén costais árachais a bheidh ort? Tá sé fíorthábhachtach go labharfá le haturnae sula síníonn tú cáipéisí nó sula ndéanann tú aon comhshocruithe ó bhéal maidir le maoin. Bíonn go leor taighde ag teastáil sula socraíonn tú an áit cheart do d’áitreabh. Theastódh uait eolas a bheith agat faoi shreabhadh tráchta (feithiclí agus coisithe), páirceáil, cineálacha custaiméirí atá san áit agus na patrúin chaiteachais atá acu, cad a cheapann trádálaithe eile san áit den suíomh agus theastódh uait eolas a bheith agat ar aon fhorbairtí eile a bheadh beartaithe don áit.

Tá cineal an táirge nó na seirbhíse tábhachtach freisin agus cinnidh á ndéanamh. Bíonn go leor tráchta agus feiceálacht an-tábhachtach ó thaobh táirgí áirithe. Ní bhíonn an oiread tábhachta le háit i gcás

táirgí agus seirbhísí a mbíonn custaiméirí sásta dul as an mbealach chun a theacht orthu. Chomh maith leis sin cuireann an dul chun cinn sa teicneolaíocht ar chumas gnóthaí beaga áirithe feidhmiú as aon áit ach fós freastal ar mhargaí náisiúnta agus idirnáisiúnta.

### ***FEIDHMÍOCHT MARGAÍOCHTA***

Ba chóir measúnú a dhéanamh ar fheidhmíochta lena thuiscint chomh maith nó chomh dona is atá do chlár margaíochta ag obair. Is próiseas leanúnach í an mhargaíocht. Bíonn caighdeáin riachtanach le compráid a dhéanamh leis na fíorthorthaí. Má dhéantar taighde ar noirm sa tionscal agus ar fheidhmíocht roimhe seo, cuideoidh sin caighdeáin chuí a fhorbairt. Is iad na príomhcheisteanna:

- An bhfuil an chuideachta ag déanamh gach ar féidir léi le bheith dírithe ar an gcustaiméir?
- An gcinntíonn na fostaithe go mbíonn na custaiméirí sásta - an bhfágann siad agus fonn orthu filleadh?
- An bhfuil sé éasca ag an gcustaiméir an ní atá uaidh nó uaithe a fháil ar phraghas iomaíoch?

Leag amach spriocanna réalaíocha agus tomhais d'fheidhmíocht. Cad iad na torthaí a bhfuil súil agat leo le linn an chéad bhliain sa ghnó? An bhfuil sin á bhaint amach agat? An bhfuil an custaiméir de réir an phróifíl go díreach? An bhfuil tú ag díriú ar an gcineál ceart custaiméara? An bhfuil do chuid modhanna margaíochta cuí – bíonn an margadh de shíor ag athrú, ba chóir go dtiocfadh do phlean margaíochta roimh na hathruithe sin agus go mbeadh an plean bord ar bord leis na treochtaí is deireanaí. Cuideoidh an plean ceart margaíochta leis an bhfís atá agat do do ghnó a sheachadadh.