



Time to market چیست؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

time to market یکی از مهم ترین قسمت های مارکتینگ و از عوامل موفقیت در دنیای کسب و کار است، زیرا تنها عرضه یک محصول جدید به بازار اهمیت ندارد، بلکه مهم این است که چه زمانی محصول جدید خود را وارد بازار کنید و چگونه این کار را در سریع ترین زمان انجام دهید. اگر خواهان مزیت هایی مانند سهام بازار، درآمد، رشد فروش و... هستید، باید زمان عرضه به بازار TTM را در اولویت کار خود قرار دهید. در این مقاله با شرکت اقیانوس آبی همراه باشید تا بیشتر با این موضوع که time to market چیست و چقدر اهمیت دارد آشنا شوید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

زمان عرضه به بازار یا time to market چیست؟

Time to market زمانی است که یک کسب و کار برای ایجاد و عرضه محصول سپری می‌کند. به بیان دیگر زمان عرضه به بازار یا TTM مدت زمان لازم برای به ثمر رسیدن یک محصول است که زمان شکل‌گیری ایده اولیه، طراحی و توسعه محصول را نیز شامل می‌شود.

در برخی از کسب و کارها، زمان عرضه به بازار یکی از اولویت‌های شاخص کلیدی عملکرد است. بحث time to market در کسب و کارها و صنایعی که محصولشان به سرعت قدیمی می‌شود و چرخه عمر محصول کوتاهی دارند بسیار مهم است، مانند صنایع موبایل، پوشاک و... .

اهمیت time to market چیست؟

امروزه یکی از پربحث‌ترین موضوعات در زمینه بازار و صنایع، بحث زمان عرضه به بازار است. اما اهمیت time to market چیست؟ برای پاسخ به این سوال باید گفت:

تمایز: انتخاب بهترین زمان عرضه به بازار، یک مزیت رقابتی برای حضور پررنگ به کسب و کار شما خواهد داد. این زمان که معمولاً کوتاه‌ترین زمان ممکن است، شدیداً وابسته به میزان نوآوری و خلاقیت در سازمان شما است.

پیشی گرفتن از رقبا: در صورتی که زمان عرضه به بازار شما طولانی باشد، با یک ریسک روبرو خواهید شد و آن هم پیشی گرفتن رقبا است، یعنی زمانی که برای توسعه و عرضه محصول خود سپری می‌کنید تا نوآوری جدیدی را به آن بیفزایید، همزمان رقبا نیز با سرعت و کیفیت بیشتر در حال عرضه محصول خود هستند.

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

پس توانايي شما در سريع بودن و تصاحب موقعيت هاي طلايي در بازار نقش مهمي در کاهش زمان عرضه به بازار و پيشي گرفتن از رقبا خواهد داشت.

سهم بازار بيشتر: معمولا محصولي که زودتر از ديگر برندها وارد بازار مي شوند، توجه مشتريان بيشتر را جلب کرده و با سهم بيشترى از بازار روبرو خواهند بود.

اگر بتوانيد در **time to market** مناسب محصول خود را به مخاطبين عرضه کنيد، به احتمال زياد با ضرر مالي زيادي روبرو خواهيد شد. به نظر شما اگر محصول شما ۶ ماه ديرتر وارد بازار شود ضرر **time to market** چيست؟

در بازه ي زماني ۵ ساله، کسب و کار حدود ۳۳ درصد از سود کمتری بهره خواهد برد. اما اگر کسب و کار شما بتواند در زمان مناسب محصول خود را به بازار عرضه کند، سودي که از اين کار خواهد برد ۵۰ درصد از بودجه اوليه بيشتر خواهد بود.

نحوه تعيين و ارزيابي **time to market**

هيچ استانداردى براى اندازه گيرى TTM وجود ندارد و مقادير اندازه گيرى شده مي توانند بسيار متفاوت باشند، چرا که تنوع زيادى در نحوه تعريف سازمان هاي مختلف از شروع دوره وجود دارد.

به عنوان مثال، در صنعت خودرو، دوره توسعه زماني شروع مي شود که مفهوم محصول تاييد شود. سازمان هاي ديگر نقطه شروع را زماني در نظر مي گيرند که پروژه به طور کامل تجهيز و تيم اجرايي مشخص شود.

هر محصول یک زمان ایده آل برای ورود به بازار دارد. در برخی مواقع ورود سریع به بازار می‌تواند باعث موفقیت شود، اما در برخی از کسب و کارها موفقیت محصول در گرو سرعت ورود آن به بازار نیست.

نحوه تعیین time to market چیست

زمان ایده آل Time to market هر محصول و کسب و کاری متفاوت است. مدیران باید بسته به شرایطی که وجود دارد و با توجه به استراتژی‌ها، بهترین زمان ورود به بازار را برای محصول خود تعیین کنند. به طور مثال، اگر شرکت داروسازی دارید، معمولاً TTM شما ده سال طول می‌کشد، اما که اگر یک اپلیکیشن دارید، می‌توانید زیر یک سال تمامی مراحل از تحقیق و طراحی گرفته تا الگوسازی، عرضه و توسعه را انجام دهید.

اما موارد لازم برای رسیدن به بهترین زمان عرضه به بازار یا time to market چیست؟ با رعایت فاکتورهای زیر کسب و کارها می‌توانند بهترین زمان عرضه به بازار را در بازار رقابتی برای خود تعیین کنند:

- سازگاری محصول
- انعطاف پذیری محصول
- توانایی یادگیری سریع مخاطب

زمان توصیه شده برای اندازه گیری TTM

زمان شروع: زمانی که تیم در دسترس باشد و یک تعریف اولیه وجود داشته باشد.

زمان پایان: زمانی که اولین نسخه از محصول فروخته می‌شود (یا پذیرفته می‌شود) که اغلب پس از عرضه محصول اتفاق می‌افتد.

بزرگترین عاملی که می‌تواند بر زمان عرضه به بازار تأثیر بگذارد، محدوده پروژه و میزان ریسک آن است.