



## Time to market چیست؟

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



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 مزیت‌هایی 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 **گروه اقتصاد آبی** همراه باشید تا بیشتر با این موضوع که time to market چیست و چقدر اهمیت دارد آشنا شوید.

## 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 شکل گیری ایده اولیه، طراحی و توسعه محصول را نیز شامل می شود.

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

## اهمیت time to market چیست؟

امروزه یکی از پربحث ترین موضوعات در زمینه **روش های بازاریابی** و صنایع، بحث زمان عرضه به بازار است. اما اهمیت time to market چیست؟ برای پاسخ به این سوال با **مجله اقتصاد آبی**

آبی همراه باشید:

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقتصاد آبی** سر بزنید.

۱. **تمایز**: انتخاب بهترین زمان عرضه به بازار، یک مزیت رقابتی برای حضور پر رنگ به کسب و کار شما خواهد داد. این زمان که معمولا کوتاه ترین زمان ممکن است، شدیداً وابسته به میزان نوآوری و خلاقیت در سازمان شما است.

۲. **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 می کنید تا نوآوری جدیدی را به آن بیفزایید، همزمان رقبا نیز با سرعت و کیفیت بیشتر در حال عرضه محصول خود هستند. پس توانایی شما در سریع بودن و تصاحب موقعیت های طلایی در بازار نقش مهمی در کاهش زمان عرضه به بازار و پیشی گرفتن از رقبا خواهد داشت.

۳. **سهم بازار بیشتر**: معمولا محصولی که زودتر از دیگر برندها وارد بازار می شوند، توجه مشتریان بیشتری را جلب کرده و با سهم بیشتری از بازار روبرو خواهند بود.

اگر نتوانید در **time to market** مناسب محصول خود را به مخاطبین عرضه کنید، به احتمال زیاد با ضرر مالی زیادی روبرو خواهید شد. به نظر شما اگر محصول شما ۶ ماه دیرتر وارد بازار شود ضرر **time to market** چیست؟

در بازه ی زمانی 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، سودی که از این کار خواهد برد ۵۰ درصد از بودجه اولیه بیشتر خواهد بود.

## نحوه تعیین و ارزیابی time to market

هیچ استاندارد برای اندازه گیری **TTM** وجود ندارد و مقادیر اندازه گیری شده می توانند بسیار متفاوت باشند، چرا که تنوع زیادی در نحوه تعریف سازمان های مختلف از شروع دوره وجود دارد.

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



به عنوان مثال، در صنعت خودرو، دوره توسعه زمانی شروع می شود که مفهوم محصول تایید شود. سازمان‌های دیگر نقطه شروع **بازاریابی محصول** را زمانی در نظر می گیرند که پروژه به طور کامل تجهیز و تیم اجرایی مشخص شود.

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

زمان ایده آل Time to market هر محصول و کسب و کاری مانند **استراتژی بازاریابی** آن ها با هم متفاوت است. مدیران باید بسته به شرایطی که وجود دارد و با توجه به استراتژی ها، بهترین زمان ورود به بازار را برای محصول خود تعیین کنند.

به طور مثال، اگر شرکت داروسازی دارید، معمولاً TTM شما ده سال طول می کشد، اما که اگر یک اپلیکیشن دارید، می توانید 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 می توانند بهترین زمان عرضه به بازار را در بازار رقابتی برای خود تعیین کنند:

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

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

## - 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.

## جمع بندی

مهمترین دلیلی که Time to market اهمیت دارد این است که یک مزیت رقابتی اساسی محسوب می‌شود. شما می‌توانید با بهبود TTM از فرصت‌های بازار برای شکست دادن رقبای مستقیم خود در بازار استفاده کنید.

با بهینه سازی فرآیند توسعه و فرآیند بازاریابی خود برای بهبود زمان ورود به بازار، می‌توانید سهم بازار را به دست آورید. وقتی زمان سریعی برای بازاریابی محصول دارید، شرکت شما اولین بازار است و عرضه محصول تأثیر بیشتری دارد، که باز هم منجر به فروش و حاشیه سود بیشتر در مقایسه با رقبای کندتر شما می‌شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.