

Unternehmensentwicklung für Lernende Regionen

Markt und Wettbewerb



und



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

Was ist zu tun?

- Marktanalyse
 - Größe
 - Entwicklung
 - Wettbewerb

- Marktsegmentierung und Auswahl des Zielmarktes

- Festlegung der Marketing-Strategie

Branchenanalyse



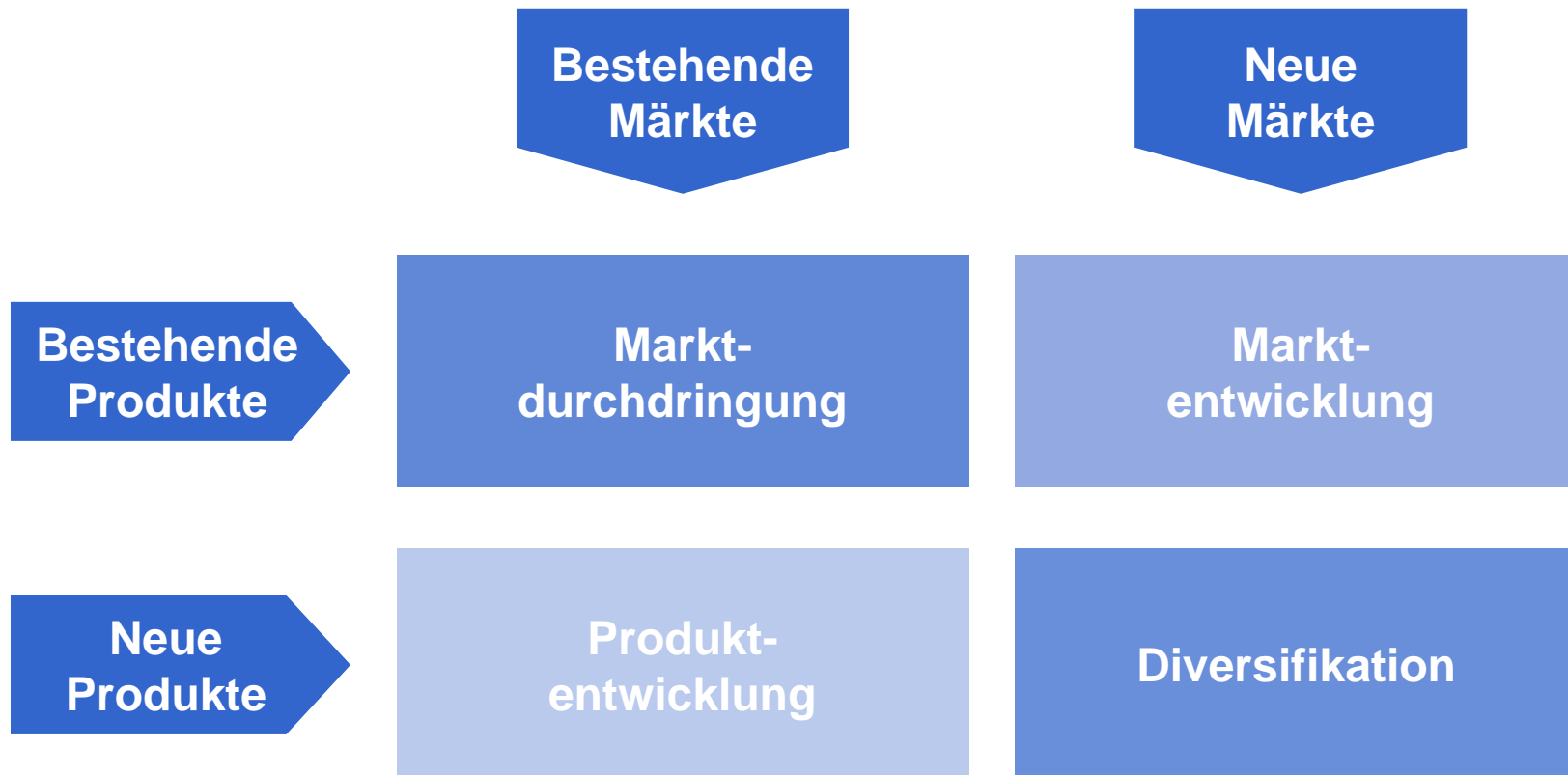
Marktsegmentierung



Marketing-Mix



Produkt-Markt-Matrix



Typische Problembereiche

- Unscharfe Produkt- / Dienstleistungsdefinition
- Eingrenzung des Zielmarktes
- Fehlende verifizierbare Marktzahlen
- Starke Abweichungen unterschiedlicher Marktstudien
- Markteintrittsbarrieren werden unterschätzt
- Überschätzung der Marktchancen
- Aussage „Keine Wettbewerber“

Fragen zu Fitness-Center



- Wer sind die Wettbewerber für das Fitness-Center?
- Welchen Mehrwert haben die Kunden vom Angebot des Fitness-Center? Was ist der konkrete Nutzen?
- Mit Partnern aus welchen Bereichen könnten Sie strategische Allianzen eingehen, um Ihren Geschäftserfolg auf eine solidere Basis zu stellen?