





## ZIELGRUPPE DEFINIEREN B2B (ERGÄNZUNG ZUR MARKTANALYSE)

- **Organisatorische Merkmale**
  - Firmensitz (wo?)
  - Branche
  - Unternehmensphase (Start-Up, bereits etabliert, in Veränderungen)
  - Mitarbeiteranzahl
  - Marktanteil
- **Ökonomische Merkmale**
  - Umsätze
  - Gewinn
  - Wachstum
  - Kaufkraft (geben Hinweise drauf, wofür Unternehmen bereit sind zu zahlen und wofür nicht)
- **Kaufverhalten der Unternehmen**
  - Kauffrequenz (in welchem Zyklus wird gekauft?)
  - Preis-Sensitivität (wie viel € bereit zu zahlen?)
  - Kaufzeitpunkt (Jahresanfang, -ende, Jahreszeiten abhängig?)
  - Point of Sale (Verkaufsort, face-to-face, Messen, online)
- **Personenbezogene Merkmale**
  - hier wieder Bezug zu B2C-Kriterien (was für eine Person trifft die Entscheidung, welche Person nutzt das Produkt/die Leistung, worauf wird besonders Wert gelegt: persönliche Kommunikation, Zahlen, Tests, Beweise, Referenzen etc., welche Wünsche hat so ein Mensch an die Zusammenarbeit mit Ihnen, wie alt ist er etc.?)

# Focus Group Research

Frage	Antworten
1:	
2:	
3:	
4:	
5:	
6:	
7:	
8:	
9:	
10:	

# SWOT ANALYSE

STÄRKEN (S)	SCHWÄCHEN (W)
MÖGLICHKEITEN (O)	GEFAHREN (T)

# Wettbewerber-Analyse für: \_\_\_\_\_

Wettbewerber Name	Wettbewerber 1	Wettbewerber 2	Wettbewerber 3	Wettbewerber 4	Wettbewerber 5	Unser Unternehmen
Angebotene Produkte oder Dienstleistungen						
Verwendete Technologie						
Branchen /Nischen						
Standorte Zielmarkt						
Anzahl Mitarbeiter						

erstellt am: \_\_\_\_\_ durch \_\_\_\_\_ Version: \_\_\_\_\_

## Markt-, Konkurrenz- und Zielgruppenanalyse

<p>Wie groß wird mein Aktionsradius sein?          Wo sind die geographischen Grenzen meines Marktes?</p>	
<p>Trifft meine Unternehmensidee eine Marktlücke?          Unterliegt meine Unternehmensidee einem Trend?</p>	
<p>Mit wie vielen Anbietern muss ich mir den Markt teilen?          Wer und wo sind die nächsten fünf Mitbewerber?          Gibt es indirekte Mitbewerber?</p>	
<p>Welches Produkt, welche Dienstleistung möchte ich anbieten?          Welcher innovative Ansatz unterscheidet mein Produkt/Dienstleistung vom Angebot meiner Mitbewerber?          Wie lange kann ich den Vorsprung durch einen zusätzlichen Nutzen, eine zusätzliche Leistung halten?</p>	
<p>Was kostet mein Produkt/meine Dienstleistung bei der Konkurrenz?          Kann ich preisgünstiger sein als die Konkurrenz?</p>	
<p>Welcher Käuferkreis wird durch mein Produkt/meine Dienstleistung angesprochen?          Sind meine Kunden Einmalkunden, Laufkundschaft oder Stammkunden?</p>	
<p>Welche Verbrauchergewohnheiten haben meine Kunden?          Wie groß ist das Marktvolumen dieser Kunden?          Entspricht mein Produkt der Alterstruktur, dem Bildungsstand und der Einkommensstruktur/          Kaufkraft meiner potentiellen Kunden?</p>	
<p>Welchen Nutzen können meine Kunden von meinem Produkt/Dienstleistung erwarten?          Was ist ihre Motivation zur Annahme meines Angebots?          Welche Bedürfnisse werden durch mein Produkt/Dienstleistung gedeckt?</p>	

Wie könnte die Entwicklung in meiner Branche aussehen? Wie wird sich die Nachfrage nach meinem Angebot entwickeln? Ist es jetzt in Mode, bald nicht mehr?	
Kann ich mein Produkt/ meine Dienstleistung weiterentwickeln oder ein neues Produkt anbieten, wenn es nicht mehr gefragt ist?	