



Titel

Markt-, Wettbewerbs- und Zielgruppenanalyse

Dauer

2 - 5 Tage

Je nach betrieblicher Situation

Ziele

- Definieren des eigenen Produkt- und Dienstleistungsportfolios
- Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen im Vergleich zum lokalen Wettbewerb.
- Erarbeiten einer Maßnahmenplanung, die eine regelmäßige Marktbeobachtung ermöglicht, um Veränderungen im Markt erkennen und darauf reagieren zu können.

Inhalte

- Erarbeiten des relevanten Produkt- und Dienstleistungsportfolios.
- Analyse des Marktgebietes
- Wettbewerber identifizieren
- Erstellen eines Stärken-/Schwächeprofils in Abhängigkeit zu den Wettbewerbern

Zielgruppen

Geschäftsleitung und Leiter aller Geschäftsfelder

Kommentare