



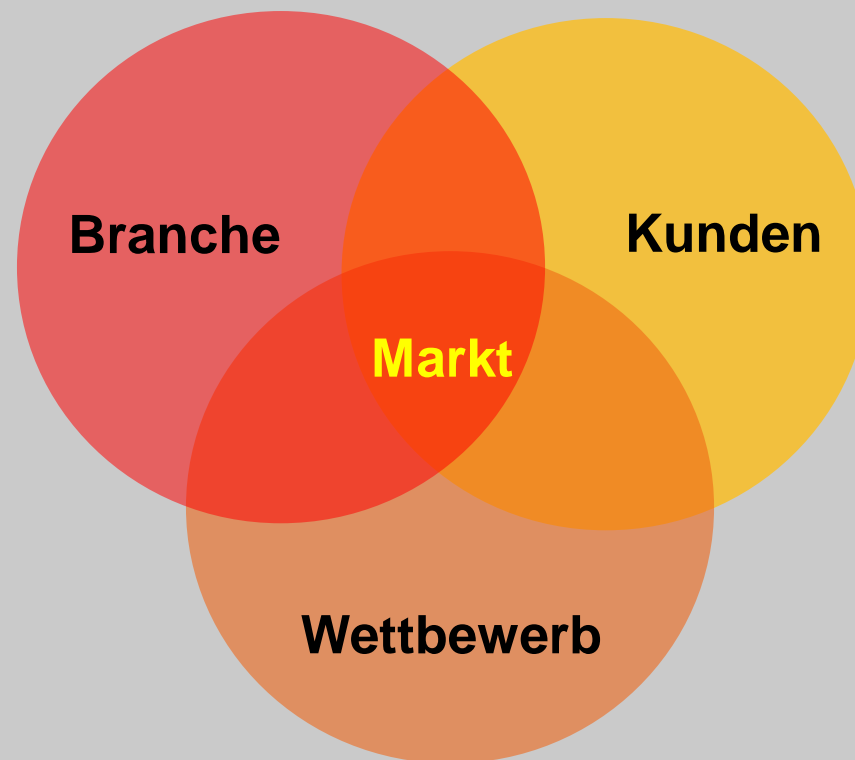
**Die Impulsgeber**

# Marktchancen

## Planbarer Erfolg durch Marktkenntnis

02.11.2011 | hannoverimpuls | Sabine Schultz

## Schnittmenge Markt



## Branche

### Was sollte ich recherchieren?

- Preisentwicklung
- Trends
- Gründe für Wachstum oder Abnahme
- gesetzliche Veränderungen und Folgen
- vergleichbare Branchen
- Entwicklung der Nachfrage
- .....

## Branche

### Wo kann ich Informationen erhalten?

- Internet
- Statistikämter
- Kammern
- Verbände
- Tages-, Fach- und Wirtschaftspresse
- Wettbewerb
- .....

## Was sollte ich wissen?

### Wettbewerb

- Angebot
- Qualifikation
- Preis und -gestaltung
- Serviceleistungen
- Zielgruppe
- Erreichbarkeit
- Netzwerkpartner
- Außenauftritt
- .....

## Wie finde ich Informationen raus?



### Wettbewerb

- Internetrecherche
- Branchenbücher
- Werbematerialien
- Presse
- Kundenrückmeldungen
- eigene Ansprache und Befragung
- .....

## Wie beschreibe ich meine **Kunden** ?

### Privatkunden

- Alter, Geschlecht
- Einkommen, Wohnort
- Kaufgewohnheiten
- Interessen, Motive, Bedürfnisse
- .....

### Unternehmenskunden

- Branche
- MA-Anzahl, Standort
- Angebot, Zielgruppe
- Budget
- Unternehmensform
- .....

## Was sollte ich über meine **Kunden** wissen?

### Rückmeldungen z.B. zu:

- dem grundsätzlichen Angebot
- der Häufigkeit des Bedarfes
- dem akzeptierten Preis
- den bisherigen Erfahrungen mit Wettbewerbern
- gewünschten Serviceleistungen
- .....

**Welche Wege sind möglich,  
Wissenswertes von meinen Kunden zu erfahren?**

- Beobachtung
- Befragung von Mitbewerbern
- persönliche Befragung potentieller Kunden
- .....

## Mit Marktkenntnis überzeugen – wie?

Quellenangaben

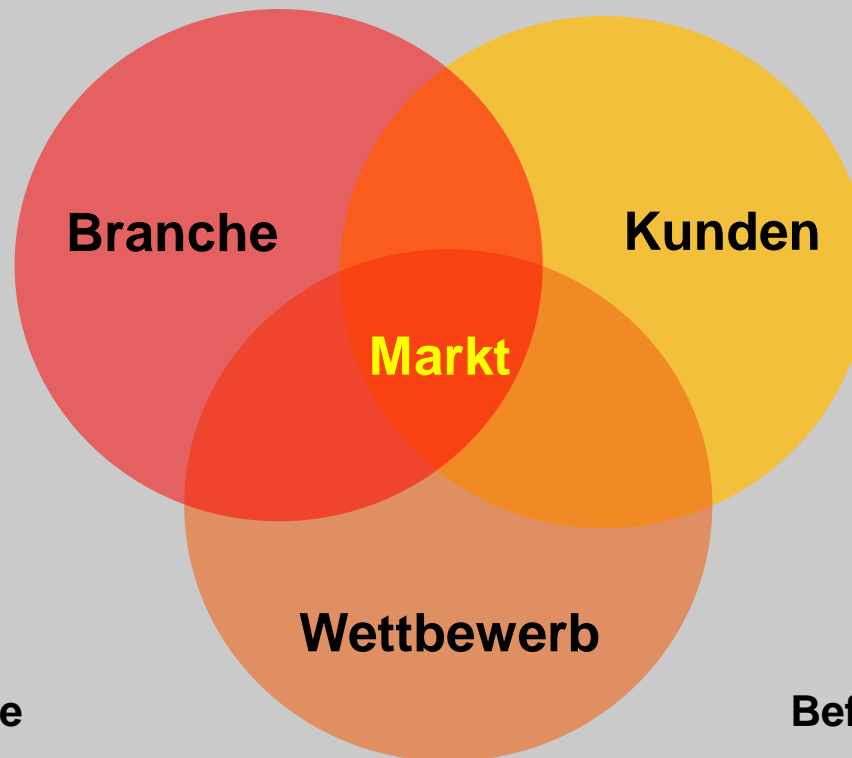
Zahlen

Daten

Fakten

Belege

Befragungsergebnisse



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.**



hannover**impuls**

Wirtschaft fördern  
Potenziale nutzen  
Zukunft sichern