

9.3 Die Situationsanalyse (S51)

Informationen über:

- das eigene Unternehmen
- das eigene Produkt/Sortiment
- den Markt
- die Kundensegmente
- die Mitbewerber
- den Handel
- die Umweltbedingungen



9.3 Situationsanalyse **eigenes Unternehmen**

Mögliche Abklärungspunkte:

- › Übergeordnete Zielsetzungen
- › Unternehmenspolitische Grundsätze
- › Rahmenbedingungen Finanzen/Kapitalgeber
- › Rahmenbedingungen Infrastruktur
- › Rahmenbedingungen Personal
- › Rahmenbedingungen Know-how
- › Rahmenbedingungen Einstellung, Führung, Motivation
- › Was ist das Besondere an unserer Firma/Filiale/Abteilung
- › Wie gestaltet sich der Marketing-Mix



9.3 Situationsanalyse eigenes Produkt / Sortiment

Mögliche Abklärungspunkte:

- › Wo steht es im Lebenszyklus
- › Welche Bedürfnisse befriedigt es hauptsächlich
- › Welchen Nebennutzen weist es auf
- › Welchem Kundensegment entspricht es 100 % / nur teilweise? Warum?
- › Wie ist die Umsatzstruktur
- › Wie ist sein Deckungsbeitrag
- › Was ist das Besondere an unserem Produkt
- › Was ist sein UAP (was sagen wir über unser Produkt)
- › Was sagen die Kunden über unser Produkt
- › Wie ist die Programm-, Alters-, Umsatz-Struktur unseres Sortimentes
- › Wie und wo ergänzt oder substituiert sich unser Sortiment
- › In welchem Preissegment bewegen wir uns
- › Was ist das Besondere an unserem Sortiment
- › Passt unser neues Produkt in unser bestehendes Sortiment?
- › Substituiert oder konkurrenziert unser neues Produkt ein bestehendes Produkt unseres Sortimentes



9.3 Situationsanalyse der Markt

mögliche Abklärungspunkte:

- › Markt geografisch
- › Markt produktbezogen
- › Marktstruktur: Verwender / Handel / Zielgruppen
- › Marktstruktur: Anbieter / Mitbewerber
- › Marktentwicklung (Statistiken)
- › Marktentwicklung (Prognosen nächste 3 Jahre)



9.3 Situationsanalyse

Kundensegmente (potentielle Kunden)

mögliche Abklärungspunkte:

- › Totale Anzahl in unserem Gebiet
- › Kundengruppe Potential/Kaufkraft
- › Marktpotential pro Produkt (*Jahresbedarf x totale Anzahl*)
- › Kanäle (*Wo kauft er dieses Produkt ein*)
- › Merkmale (*wie ist der Kunde, wie ist der Handel, Personalbestand, Einkaufskriterien*)
- › Bedürfnisse (*was braucht er*)
- › Verhalten (*worauf achtet er? Preisdrücker? Preisvergleich? langes Überlegen? Anzahl Gespräche bis zum Kaufentscheid, Zeit bis zum Kaufentscheid, wo informiert er sich, ist er vernetzt*)
- › Beeinflusser (*auf wessen Meinung hört er? wer berät ihn?*)

9.3 Situationsanalyse

Mitbewerber/Konkurrenz

mögliche Abklärungspunkte:

- › Unternehmensform
- › Angebot (welche Produkte bietet er an)
- › Geschätzter Umsatz (total, pro KK-Produkt)
- › Preisniveau (Luxus-hoch-mittel-tief)
- › Konzentration auf welche Kundenkreise
- › Auftreten der Firma, Slogan
- › Stärke/Schwäche im Mix
- › Relevante Führungskräfte (Verhalten, Einstellung)
- › Verkaufsart (Aussendienst, Direktverkauf, Ecommerce, über Handel)
- › Was behauptet er von sich / stimmt das
- › Was behaupten die Kunden
- › Wo entspricht das Produkt nicht genau den Kundenbedürfnissen
- › Wie treten seine Mitarbeiter/Verkäufer auf
- › Kommunikation, Werbung, Verkaufsförderung (wie, wie oft, wo)
- › Verkauf über welche Kanäle



9.3 Situationsanalyse **Handel**

mögliche Abklärungspunkte:

- › Art des Zwischenhandels (Filialen, Online)
- › Marktanteil einzelner Kanäle
- › Anzahl Verkaufsstellen, Umsätze
- › Marketingphilosophie
- › Preisniveau
- › Welche Kunden bedient er
- › Was halten seine Kunden von ihm
- › Wie informiert er seine Kunden
- › Bedürfnisse
- › Einkaufskriterien / Charakteristiken Einkäufer
- › bestehen bereits Kontakte
- › Konkurrenz-Situation unseres Produktes im Kanal
- › Zielsetzungen
- › verlangter Support (Art, Budget)
- › Einkaufssumme



9.3 Situationsanalyse

Umweltbedingungen

mögliche Abklärungspunkte:

- › Politisch (Wie ist der Trend? Wird unser Produkt dadurch beeinflusst?)
- › Gibt es neue bzw starke Strömungen und politische Richtungen?
- › Rechtlich (Welche Gesetze müssen berücksichtigt werden? Gibt es rechtliche Vorschriften oder Normen für unser Produkt? Braucht es Bewilligungen?)
- › Ökonomisch
- › Technologisch (Welche Technologien bestimmen die Zukunft, kann unser Produkt mit den bekannten Technologien bedient werden)
- › Ökologisch (existieren wichtige Kooperationen, ist Substitution durch Produktion im Ausland relevant, ist die Wirtschaft stabil, Trend von **Einkommen** und Arbeitslosenrate)
- › Sozial (Wie gross sind die jeweiligen Altersgruppen, wie gehen die Gruppen miteinander um)
- › Gesellschaftlich (Welche Produkte werden nicht akzeptiert, gibt es religiöse bzw ethische Einschränkungen, Trend des Umweltbewusstseins)