

Checkliste Marktanalyse

Markt allgemein

- Wie groß sind das Marktpotenzial und das Marktvolumen?
- Wie wirken sich exogene Einflüsse auf den Markt aus? Wie ist die Position des eigenen Unternehmens im Markt zu beurteilen; welchen Marktanteil haben wir erreicht?
- Welche Erfolgsfaktoren sind in unserem Markt besonders wichtig?

Markt-Prognose

- Wie wird sich dieser Markt mittelfristig entwickeln? Wird der wachsen, stagnieren, schrumpfen? Welche wichtigen Faktoren sind hier zu berücksichtigen?

Kunden und Anwender

- Welche Kunden- / Anwendersegmente bearbeitet das Unternehmen; wie sind sie strukturiert; sind Strukturverschiebungen zu erwarten?
- Welche Bedarfe haben die einzelnen Zielgruppen und inwieweit sind die eigenen Produkte und Leistungen geeignet, diese Bedarfe zu befriedigen?
- Welchen Stellenwert haben unsere Produkte für die Kunden und Anwender?
- Welche Faktoren sind in den Segmenten kaufentscheidend, und inwieweit erfüllt das eigene Unternehmen die relevanten Faktoren?
- Wer ist alles an der Einkaufsentscheidung beteiligt? (Buying-Center)
- Wie ist das Informationsverhalten unserer Zielgruppe?
- Welche Probleme oder Herausforderungen der Kunden und Anwender sind noch nicht optimal gelöst?

Absatzmittler

- Welche Bedeutung haben die einzelnen Absatzkanäle für die Distribution unserer Produkte?
- Welche Verschiebungen haben sich ergeben, welche sind zu erwarten?
- Wo und wie fällt die Kaufentscheidung; gibt es eine Handelsmacht, bzw. wird es sie geben?
- Welche Erwartungen haben die unterschiedlichen Absatzkanäle an uns und an andere Lieferanten; wer hat die Erwartungen bislang wie gut erfüllt?
- Welche Strategien verfolgen die relevanten Handelsgruppen; wird die eigene Strategie dadurch gefördert oder bedroht?

Empfeher & Meinungsbildner

- Gibt es im Markt relevante Empfeher / Meinungsbildner?
- Welchen Einfluss nehmen diese Empfeher auf die Kaufentscheidung?
- Mit welchen Argumenten beeinflussen sie die Entscheidung?