

Checkliste Marktstudie

1. Absatzmarkt:	JA	NEIN
Kennen Sie das gesamte Marktvolumen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie alle Marktsegmente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie alle Kundengruppen und potentielle Kunden identifiziert?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Kaufmotive Ihrer zukünftigen Kunden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie deren Bedarf an Ihren Produkten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ist dieser Bedarf bereits gedeckt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bewegen Sie sich in einem gesättigten Markt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wird sich der Markt in den nächsten Jahren nach oben entwickeln??	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gibt es Marktzutrittschancen (z.B. gesetzliche Regelungen, Patente, übermächtige Konkurrenz)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Konkurrenzanalyse:	JA	NEIN
Ist Ihnen Ihre Konkurrenz bekannt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie deren Stärken und Schwächen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Preise Ihrer Konkurrenz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sind diese Preise rentabel?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kann Ihr Unternehmen zu einem vergleichbaren Preis rentabel arbeiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Unternehmensstrategien Ihrer Konkurrenz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Sind Ihnen alle Wettbewerbsfaktoren wie Preis, Qualität, Service bekannt?

Können Sie die wichtigsten Vertriebswege bedienen?

3. Beschaffungsmarkt:

Gibt es genügend Lieferanten?

Liefern diese die gewünschte Qualität in der gewünschten Menge?

Sind deren Preise konkurrenzfähig?

Gibt es Abhängigkeiten zwischen Lieferanten und Konkurrenten?

Gibt es mögliche Alternativen?

4. Arbeitsmarkt:

Gibt es An Ihrem Standort genügend Fachkräfte mit der nötigen Qualifikation?

Kennen Sie die branchenüblichen Möglichkeiten der Mitarbeit?

5. Schlussfolgerungen:

Ist Ihr Standort geeignet, um den Markt zu bedienen?

Haben Sie das richtige Marktsegment ausgewählt?

Sind Ihre Kunden bereit und fähig, Ihre Preise zu bezahlen?

Sind Sie besser als die Konkurrenz?

Gibt es Zusatzangebote für Ihre Kunden?

Steht der Zeitpunkt für die Markteinführung?

Ist ein Marketingplan erstellt?

