

Checkliste für eine umfassende Marktanalyse

I. Marktgrößen

- Marktanteil
- Marktvolumen
- Marktpotential
- Marktkapazität
- Marktsättigung

II. Marktsegmente

III. Kundenprofil

- Einzelne Personen oder Organisationen?
- Anzahl?
- Konzentration?
- Verhandlungsmacht?
- Gemeinsame Charakteristika?
- Geografische Verteilung?
- Konkurrenz oder Verbandszugehörigkeit?

IV. Kaufakt

- Kaufort?
- Kauftermin?
- Kaufhäufigkeit?
- Kaufabhängigkeiten bzw. -voraussetzungen?
- Handling nach dem Kauf?
- Qualitätserwartungen?
- Verpackungserwartungen?
- Regionale Kaufunterschiede?
- Erklärungsbedarf?

V. Kaufentscheid

- Kaufmotiv?
- Zweck der Kaufes?
- Personen, die am Kaufentscheid beteiligt sind?
- Einfluss der Beteiligten?
- Bewertungskriterien?
- Vorentscheide?
- Einflüsse auf die Beteiligten?
- Probiert der Käufer zuerst?
- Informationsbemühungen des Kunden?
- Wo holt sich der Käufer Beratung?

VI. Absatzmittler

- Aktivitäten der Absatzmittler?

- Bedürfnisanpassungen?
- Lieferfähigkeit?
- Ersatzteillager vorhanden?
- Reparatur- und Wartungsaufträge?
- Effektivität der Leistungserbringung?
- Informationsbereitschaft und -fähigkeit?
- Unterschied zwischen den Absatzmittlern?

VII. Produkteinsatz

- Weiterverarbeitung?
- Einsatzdauer?
- Unentbehrlichkeit?
- Folgen bei Ausfall?
- Ersatz- oder Substitutionsprodukte
- Restriktionen beim Einsatz?
- Schwierigkeiten beim Einsatz?
- Wichtigkeit des Produktes für den Kunden?

VIII. Serviceleistungen

- Garantien?
- Beratungsleistung?
- Support, Schulungsverträge usw.?
- Wichtigkeit des Services für den Kunden?

IX. Preise

- Preisbildungsmechanismen?
- Preisdifferenzierung?
- Preisentwicklung?
- Preissensitivität?
- Preis-/Leistungsverhältnis?

X. Kommunikation

- Art der Instrumente?
- Schwergewicht?
- Grund für die Gewichtung?
- Reaktion der Kunden?
- Zeitpunkt und Häufigkeit des Einsatzes?
- Kosten?
- Wirkung der Instrumente?