



E-Learning

Markt- und Wettbewerbsanalysen

Verlassen Sie sich nicht auf Ihre subjektive Einschätzung: Holen Sie sich gezielten Rat durch Markt- und Wettbewerbsanalysen, denn Zahlen lügen nicht. Lernen Sie mit diesem E-Learning Ihre Marktposition einzuschätzen und die Chancen und Risiken für Ihre Marken und Produkte in einem dynamischen Wettbewerb auszuloten. Nur so können Sie Strategien entwickeln, um sich für zukünftige Märkte zu wappnen und sich innovativ und kundenorientiert weiterzuentwickeln.

Buchungsnummer: **34887**

Teilnehmer:innenkreis:
Fachkräfte, Neueinsteiger, Quereinsteiger aus den Bereichen Produktmanagement, Vertrieb, Marketing und Unternehmensentwicklung.

Lerndauer: **ca. 1,5 Stunden**

Sprache:

Einzelpreis:

€ 49,- zzgl. MwSt. | € 58,31 inkl. MwSt.

Paketpreise ab 50 Lizenzen auf Anfrage

Lernziele

- ✓ Sie wissen, welchen Wert Marktanalysen für Ihre Produkte bzw. Ihre Marken haben.
- ✓ Sie können in Kennzahlen darstellen, welche Position Sie bereits im Markt einnehmen und welches Potenzial sich für Ihr Produkt oder Ihre Marke noch ergibt.
- ✓ Sie verstehen, wie Sie Ihre Markenbekanntheit ermitteln und Ihre Positionierung danach ausrichten können.
- ✓ Sie kennen verschiedene Möglichkeiten, neue, innovative Ideen direkt beim Kunden zu testen
- ✓ Sie wissen, woher Sie Daten für Ihre Analysen bekommen.

Inhalte

Warum sind Markt- und Wettbewerbsanalysen relevant?

- Kennzahlen zur Marktposition
- Wo stehen Ihre Produkte im Markt?
 - Was sind Marktvolumen und Marktpotenzial?
 - Was sind Distribution und Käuferreichweite?
 - Welche Schlussfolgerungen ziehen Sie aus den Kennzahlen?

Markenbekanntheit

- Wie bekannt ist Ihr Produkt?
- Wie ermitteln Sie Ihren Bekanntheitsgrad theoretisch?
- Wie ermitteln Sie Ihren Bekanntheitsgrad in der Praxis?
- Was sagt die Markenbekanntheit aus?

Positionierung im Markt

- Wie positionieren Sie Ihre Produkte am Markt?
- Wie funktioniert die Methode Fokusgruppe?
- Wie führen Sie eine Fokusgruppe durch?
- Welche quantitative Methode ist eine sinnvolle Ergänzung?
- Wie entwickeln Sie eine Positionierungsstrategie?

Konzept- und Produkttest

- Versteht der Kunde Ihr Produkt?
- Wie funktioniert ein Konzepttest?
- Wie funktioniert ein Produkttest?
- Wie führen Sie Konzept- oder Produkttest durch?
- Verstehen Sie den Kunden?

Datenquellen

- Wie erschließen Sie sich Datenquellen?
- Wo bekommen Sie professionelle Unterstützung her?



Infos im Web

www.haufe-akademie.de/34887



Lassen Sie sich beraten

Tel. +49 761 595339-10 • digitales-lernen@haufe-akademie.de