

Branchenanalyse

Marketing

- strategisches Marketing
 - langfristige Sicherung des Unternehmenserfolgs
 - erkennen von Chancen/ Risiken
 - Aufbau/ Schutz von Wettbewerbsvorteilen
- operatives Marketing
 - kurzfristige Umsetzung
 - konkretes Vorgehen
 - Marketing-Mix (4 P's)

SWOT-Analyse

- Strengths Stärken
 - Weakness Schwächen
 - Opportunities Chancen
 - Threats Risiken
 - S, W = intern (Ist-Zustand)
 - O, T = extern (Marktprognose)
 - Strategien
 - S - O
 - Stärken einsetzen, um Chancen zu nutzen
 - W - O
 - Schwächen abbauen, um Chancen zu nutzen
 - S - T
 - Stärken einsetzen, um Risiken zu bewältigen
 - W - T
 - Bedrohungen gegenüber eigenen Schwächen abwehren
-

Portfolio-Analyse

- Marketing-Instrument zur Bewertung von Produkten oder Produktgruppen. Ziel ist es, strategische Entscheidungen über Investitionen, Förderung oder Auslistung zu treffen.
- Die vier Produktfelder
 - Stars
 - Hoher Marktanteil
 - Hohes Marktwachstum
 - Benötigen hohe Investitionen
 - Können zu Cash Cows werden
 - Strategie: Investieren & ausbauen
 - Cash Cows
 - Hoher Marktanteil
 - Niedriges Marktwachstum
 - Bringen hohe Gewinne
 - Finanzieren andere Produkte
 - Strategie: Abschöpfen & halten
 - Question Marks
 - Niedriger Marktanteil
 - Hohes Marktwachstum
 - Hoher Finanzbedarf
 - Zukunft unklar
 - Strategie: Entscheiden (investieren oder aufgeben)
 - Poor Dogs
 - Niedriger Marktanteil
 - Niedriges Marktwachstum
 - Kaum Gewinn
 - Strategie: Desinvestieren / aus dem Sortiment nehmen

➤ grafische Darstellung

