

Checkliste zur erfolgreichen Marktpositionierung

Entwicklung der Strategischen Ziele

- Erarbeitung eines Unternehmensleitbildes
- Strategieentwicklung und -umsetzung

Umfeldanalyse

- Zielgruppenanalyse
- Umweltanalyse
- Branchen- und Marktanalyse
- Wettbewerbsanalyse und Konkurrenzstrategie

Unternehmensanalyse - Ausgewählte Instrumente

- Erarbeitung der Kernkompetenzen (Kernkompetenzanalyse)
- Stärken-Schwächen-Analyse
- ABC-Analyse

Aggregation von Umfeld- und Unternehmensanalyse (SWOT-Analyse 1)

- Erhebung unternehmensexterner Chancen und Risiken
- Erfassung unternehmensinterner Stärken und Schwächen
- Ableitung geeigneter SWOT-Handlungsstrategien

Strategien zur Positionierung und Spezialisierung

- Positionierung über Produkte und Dienstleistungen
- Positionierung durch Spezialisierung auf Problemlösungen
- Positionierung über Zielgruppenspezialisierung

1) SWOT = **S**trengths (Stärken), **W**eaknesses (Schwächen), **O**pportunities (Chancen), **T**hreats (Risiken)

