Marktpositionierung

Strategie	bekannt	unbekannt	unwichtig		+	0	-	Notizen
Fixierung des relevanten Marktes (regional und produktmäßig)								
Eingrenzung der Marktlücke (strategische Basis festlegen)								
Ermittlung Kundenpotenzials und Kaufkraft								
Erarbeitung der Kundenprofile (Festlegung der Zielgruppen)								
Erfassung der Kundenprobleme und Kundenbedürfnisse								
Entwicklung Wettbewerbsprofil Abgrenzung gegenüber Konkurrenz								
Genaue Festlegung des Leistungsprogrammes								
Festlegung der Marketingstrategie								