Marktpositionierung

Strategie	bekannt	unbekannt	unwichtig	Notizen
Fixierung des relevanten Marktes (Einteilung nach Kunden, Regionen, Produkten)				
Eingrenzung der Marktlücke				
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				