

MARKETINGRESEARCH: INDIKATOREN FÜR DIE ENTWICKLUNG EINES GESCHÄFTSFELDES

(Arthur D. Little)

- die Wachstumsrate des Marktes und das Potenzial für zukünftiges Wachstum, ausgedrückt durch den Grad der Marktsättigung
- die Breite des Sortiments und die Intensität und Häufigkeit von Produktveränderungen
- die Anzahl der Wettbewerber, die Wettbewerbsstruktur, die Stabilität der Marktanteile sowie Trends und Tendenzen im Wettbewerb
- das Abnehmerverhalten, die Loyalität der Kunden und die Stabilität der Kaufgewohnheiten
- die Eintrittsmöglichkeiten in das Geschäftsfeld bzw. bestehende Eintrittsbarrieren sowie die Attraktivität der Branche für neue Wettbewerber
- die Bedeutung und Stabilität der technologischen Entwicklung

LEBENSZYKLUSPHASE – BORMBLATT

Indikatoren	Lebenszyklusphase			
	Entstehung	Wachstum	Reife	Alter
Wachstumsrate		r		
Marktsättigung		r		
Produkte/Sortiment			r	
Anzahl der Wettbewerber		r		
Stabilität der Marktanteile	r			
Abnehmerverhalten		r		
Eintrittsbarrieren			r	
Technologie		r		
Gesamtbewertung		r		