

Situationsanalyse

1. Stärken/Schwächen Interne Informationen = endogene Marktfähigkeit

- Sechs Subvariablen
  - Kundenselektion
  - Produktselektion
  - Kontaktqualität
  - Kontaktquantität
  - Kontaktperiodizität
  - Feldgrösse
- Personelles
  - Führungsstil der Mitarbeiter
  - Personalqualität
  - Personalquantität
  - Personalwechsel (-fluktuation)
  - Organisation (Stellenbeschriebe, Anforderungsprofile)
- Erzielte Resultate
  - Umsatz, Absatz, DB, Marktanteil
- Organisation
  - Hierarchie und damit verbunden die Kontrollspanne (nie mehr als 8 Mitarbeiter unter Führungsperson)
  - Funktionen
- Verkaufshilfsmittel
  - Welche Verkaufshilfsmittel sind geeignet und welche nicht?
- Nachricht für:
  - Von
  - Nachricht
  - Rückruf an Nr.
  - Wann angerufen?

2. Chancen/Gefahren Externe Informationen = exogene Marktattraktivität

- Marktkennzahlen
  - Marktkapazität
  - Marktpotential
  - Marktvolumen
  - Marktanteil
- Nachfrager
  - Handel/Zwischenhandel
  - Externe Beeinflusser
  - Endverbraucher/Verwender/Konsument
- Absatzkanäle
  - Detaillisten
  - Fachhandel
  - Grossisten
  - Zentrale Einkaufsstellen
  - Alternative Verkaufskanäle (Tanksteller)
- Konkurrenz
  - Stärken und Schwächen der Konkurrenz
  - Beobachtung deren Marketing-Mix
  - Marktanteile
  - Stellung im Markt allgemein (Image & Präsenz)
  - IST Konkurrenz aktiv oder passiv
- Trend
  - Konzentration im Handel (Coop kauft Ware und Wirtschaftslage generell)
  - Konsumentenstimmung und -verhalten
- Nachricht für:
  - Von
  - Nachricht
  - Rückruf an Nr.
  - Wann angerufen?

3. Rahmenbedingungen

- Budgetvorgaben
- Personalbestand
- Sonderauflagen
- Gesetze/Vorschriften
- Nachricht für:
  - Von
  - Nachricht
  - Rückruf an Nr.
  - Wann angerufen?