

HERAUSFORDERUNG

Im Rahmen der Expansionsstrategie eines Industriefilteranbieters sollte das bisherige Produktportfolio diversifiziert werden und neue affine Marktsegmente für einen möglichen Markteintritt identifiziert, bewertet und schließlich erschlossen werden.

Ziel der Untersuchung war es im Vorfeld identifizierte mögliche Marktsegmente hinsichtlich ihres Marktpotentials bzw. Eintrittsbarrieren zu bewerten. Dazu wurde ein dreistufiges Marktselektionsmodell erstellt wobei die einzelnen Schritte jeweils aufeinander aufbauten und das weitere Vorgehen mittels gemeinsamer Workshops im Detail definiert wurde.

Mittels eines Scoring-Models wurden die einzelnen definierten Segmente letztendlich analysiert und bewertet. Dabei wurden im Rahmen eines gemeinsamen Workshops Auswahlkriterien definiert sowie deren Relevanz für die Marktentscheidung festgelegt. Das Scoring Model erlaubte es letztendlich die Attraktivität der untersuchten Segmente anhand von gemeinsam definierten Kriterien zu quantifizieren um darauf aufbauend weitere strategische Entscheidungen ableiten zu können.

VORGANGSWEISE

In einem ersten gemeinsamen Workshop, wurden relevante Kriterien zur Bewertung der Marktattraktivität der definierten Marktsegmente festgelegt. Mittels Desk-Research wurden Daten und Informationen zu den entsprechenden Kriterien recherchiert. Darauf aufbauend wurde in einem weiteren Workshop der Aufbau des Scoring-Models diskutiert indem Scores für jeweilige Ausprägungen je nach Kriterium definiert sowie die Gewichtung der einzelnen Faktoren für die Gesamtbewertung festgelegt wurden. Im Rahmen des Scoring Models konnten anschließend für die einzelnen Segment Gesamt-Scores ermittelt werden, welche die Marktattraktivität basierend auf relevanten Entscheidungskriterien, quantifizierten.

ERGEBNISSE

Das Marktselektionsmodell ermöglichte es anhand einiger weniger Kriterien die Attraktivität und das Potential von im Vorfeld definierten Marktsegmenten zu quantifizieren. Die dabei ermittelten Scores der untersuchten Segmente stellten dabei eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die strategische Selektion der Unternehmensexpansion dar.

WARUM INTERCONNECTION

- Langjährige Erfahrung in der B2B Marktforschung
- Hohes Maß an Methoden- und Branchenkompetenz
- Firmeninternes Interview-Center mit weitreichender Sprachkompetenz durch Native Speaker

Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen
jederzeit gerne zur Verfügung!

Interconnection Consulting
Getreidemarkt 1, A-1060 Wien

Ernst Rumpeltes – Analyst und Berater

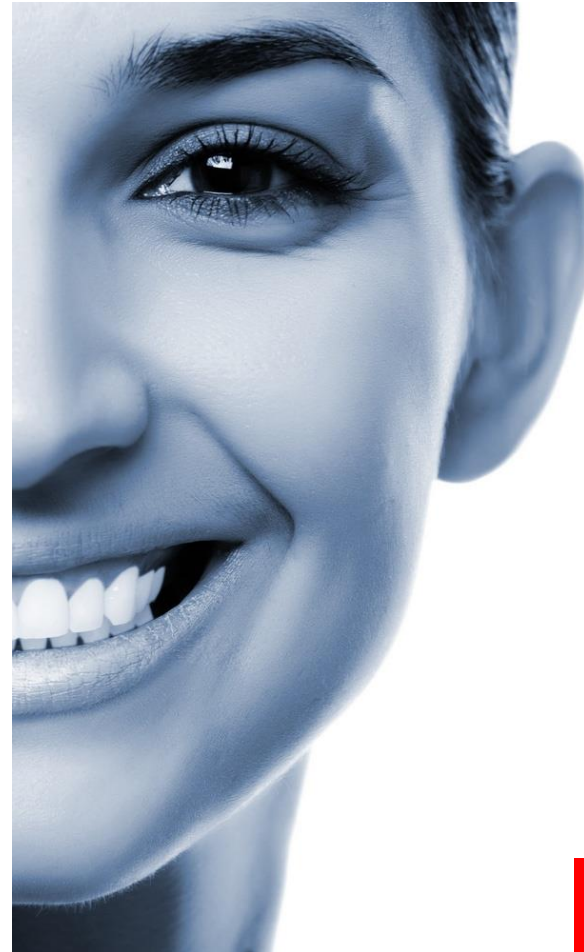
Tel: +43 1 5854623 -38

Fax: +43 1 5854623 -30

rumpeltes@interconnectionconsulting.com

Interconnection Consulting
Vienna • Bratislava • Lviv • Buenos Aires • Oberstdorf

www.interconnectionconsulting.com



Anfrage