Markt- und Standortanalyse

Diese Analyse beinhaltet:

* Kunden- /Zielgruppenanalyse
* Wettbewerbsanalyse
* Unternehmensanalyse

Die **Standortfaktoren** können in zwei Gruppen aufgeteilt werden:

|  |  |
| --- | --- |
| **Kostenorientierte Faktoren**   * Grundstückspreise/Mietkosten * Höhe der Steuern und Abgaben * Arbeitskosten * Lohnniveau (oder sogar staatl. Unterstützung in Gebieten mit hoher Arbeitslosigkeit) * Energieversorgung * Entsorgungspreise * Behördliche Abgaben | **Erlösorientierte Faktoren**   * Kundennähe * Verkehrsanbindung * Entwicklungstendenzen des Ortes * Entwicklungstendenzen der Kaufkraft * Wettbewerbssituation * Verbrauchersituation * Konkurrenz |

In Standortvergleichen gilt folgendes Punktesystem:

* Gewichtung: Von 10 (besonders wichtig) bis 0 (völlig unwichtig)
* Bewertung Von 5 (sehr gut) bis 0 (schlecht)

Marketing ist die konsequente Ausrichtung des gesamten Unternehmens an den Bedürfnissen des Marktes