

# Produktanalyse

<b>Kundenorientierung</b>	be- kannt	unbe- kannt	un- wichtig	<b>Notizen</b>
Kundenbedürfnisse / Kundenwünsche				
Kundenprobleme und deren Lösungen				
Hauptnutzen für die Kunden				technischer N., finanzieller N., Qualität
Zusatznutzen für die Kunden				Image, Umwelt, Design, Erlebnis, Gesundheit
Erwartungen der Kunden				
Neubedarf / Ersatzbedarf				
Trends, Mode, Technik, Umwelt usw.				
Produktzyklus Grad der Marktsättigung				
zukünftige Nachfrageentwicklung				
zukünftige Preisentwicklung				
<b>Marktpositionierung</b>	be- kannt	un- klar	un- wichtig	<b>Notizen</b>
Spezifizierung Kernangebot				
Spezifizierung Zusatzangebot				
Spezifizierung Serviceleistungen				
Kenntnisse über Konkurrenzangebote				
Vorteile im Vergleich zu Konkurrenzangeboten				
Nachteile im Vergleich zu Konkurrenzangeboten				
Festlegung kundenorientierter Angebote, Angebotspakete				

# Produktanalyse

Produktbestimmung	ok	un-klar	un-wichtig	Notizen
Festlegung Produktqualität				
Selbstkosten				
Preisniveau Preis - Leistungsverhältnis				
Technik				
Qualitätsgarantien				
Preisgarantien				
Zahlungsbedingungen				
Liefertermine				
Umweltverträglichkeit				
Produktgestaltung, Design				
Produktimage				
Patente, Gebrauchsmuster, Warenzeichen, DIN-Normen				
saisonale Schwankungen				
Produktoptimierungen Steigerung des Kundennutzens				
Produktoptimierungen Optimierung der Produktionskosten				