Konkurrenzforschung

Informationen über tatsächliche oder potenzielle Konkurrenten

Zahl	Größe
• Oligopol • Polypol	• Umsatz • Marktanteile

Produkte	Preise
• Qualität • Design • Substitutions-produkte	• Niveau • Inland • Ausland • Rabatte

Vertrieb	Entwicklungen
• Verkaufsbe-dingungen • Service • Werbung ...	• neue Anbieter • Unterneh-menszusam-menschlüsse

Verhalten	
• aggressiv • zurückhaltend	

© N. Böing - www.nboeing.de