

Der Inhalt

Die Autoren.....	II
Vorwort.....	III
Der Inhalt.....	IV
1 Einleitung.....	1
2 Strategische Geschäftsfeld- und Produktplanung	3
2.1 Aufgaben und Ziele	3
2.2 Konzeptionelles Vorgehen	5
2.3 Teilbereiche der Strategischen Geschäftsfeld- und Produktplanung.....	9
2.3.1 Marktanalyse.....	12
2.3.2 Unternehmensanalyse	16
2.3.3 Technologieanalyse	20
2.3.4 Konkurrentenanalyse	23
2.3.5 Stärken-Schwächen-Analyse	25
2.3.6 Chancen-Risiken-Analyse.....	29
2.3.7 Strategiebildung und -überprüfung.....	32

3 Besonderheiten der Situation von Existenzgründern..... 35

3.1 Existenzgründertypische Randbedingungen 35

3.2 Vorgehen bei der Geschäftsfeld- und Produktplanung für Existenzgründer..... 38

4 Durchführung einer Geschäftsfeldplanung 40

4.1 Vorbereitung und Informationsgewinnung..... 40

4.2 Durchführung der Einzelanalysen 42

4.2.1 Marktanalyse..... 44

4.2.2 Unternehmensanalyse 46

4.2.3 Technologieanalyse 47

4.2.4 Konkurrentenanalyse 48

4.2.5 Stärken-Schwächen-Analyse 49

4.2.6 Chancen-Risiken-Analyse..... 50

4.2.7 Strategiebildung und -überprüfung..... 52

5 Formulare und Arbeitsbögen 53

Literaturverzeichnis 90