

Inhalt

A. Planen	7
1. Sind Zielsetzungen und Planungen aufeinander abgestimmt?	9
2. Sind alle Möglichkeiten in der Planung erkannt?	12
3. Werden Stärken und Schwächen in der Planung berücksichtigt?	17
4. Wann werden Diversifikation und Kooperation interessant?	21
5. Sind Hersteller und/oder Handelsmarken in der Planung?	25
6. Werden Produktideen gekauft, oder wird geforscht und entwickelt?	28
7. Sind alle inner- und außerbetrieblichen Entwicklungen berücksichtigt?	33
8. Wird die Entwicklung der Konkurrenz berücksichtigt?	39
9. Wird weltweit gedacht?	43
10. Sind alle Alternativen verglichen und durchdacht?	50
B. Strategie	57
1. Stimmen Potential und Produktstrategie überein?	59
2. Sind alle Faktoren bekannt, die den Konsum beeinflussen?	64
3. Sind genaue Bedarfsprognosen aufgestellt?	71
4. Welche Maßnahmen werden von der Konkurrenz ergriffen?	76
5. Ist die eigene Strategie optimal festgelegt?	81
6. Sind die erforderlichen Absatzinstrumente vorhanden?	87
7. Paßt die Strategie zum Firmen-Image?	92
8. Entsprechen die Produkte den Zielsetzungen?	96
9. Ist das Sortiment strategisch orientiert?	102
10. Steuert der Produktmanager?	108

