Inhalt

1. Vorstellung des Unternehmens

1.1 Geschäftsfelder

1.2 Umsatz, Hauptprodukte

2 Beschreibung des neuen Produktes oder der neuen Dienstleistung

3. Definition des Zielmarktes bzw. der Zielgruppe

3.1 Alter, Geschlecht, Einkommen, Wohnort

3.2 Gewohnheiten und Wünsche der Zielgruppe

3.3 Erste Hinweise auf Passung des Produkts

4. Analyse des Marktes

**4.1 Marktzugang**

**4.2 Kapitalbedarf**

**4.3 Standortwahl**

4.4 **Partnerwahl**

**4.5 (bei Engagement im Ausland: Handelsbräuche)**

5. Konkurrenzanalyse

5.1 Vergleichbare Produkte oder Dienstleistungen von anderen Wettbewerbern

5.2 Umsatz der Konkurrenzprodukte

5.3 Marketing- und Werbestrategien der Konkurrenzprodukte

6. Kundenanalyse

6.1 Kundenverhalten

6.2 Kundennutzen

7. Potenzialanalyse

7.1 Chancen und Risiken des Produkts oder der Dienstleistung

7.2 Handlungsempfehlungen