



## Beschreibung des Leistungspakets Marktorientierte Strategie

<u>Leistung</u>	<u>Beschreibung der Leistung</u>	<u>Vorteile für den Kunden</u>
<b>Strategie aufsetzen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestimmung strategischer Ziele</li> <li>• Differenzierung im Wettbewerb</li> <li>• Sicherung und Ausbau von Wettbewerbsvorteilen</li> <li>• Orientierung am nachhaltigen Kundennutzen</li> <li>• Zielgruppenbestimmung</li> </ul>	<p>Gemeinsames Verständnis davon, was die Eigentümer eigentlich wollen</p> <p>Ergreifen von Zukunfts-Chancen; Konzentration auf die rentablen, weitgehend wettbewerbsfreien Leistungen des Unternehmens; geringe Wettbewerbsrisiken</p> <p>Höhere Bindung der Zielgruppe durch Konzentration auf bestimmte Kunden(bedürfnisse); Beendigung der Verzettelung mit all ihren Kosten</p>
<b>Preismanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse der bestehenden Preismanagements</li> <li>• Preisstrategie und -politik</li> <li>• Gestaltung von Preisfindungsprozessen</li> </ul>	<p>Feststellung von Schwächen in der Preisgestaltung</p> <p>Mehr Umsatz zu höheren Preisen; Realisierung höherer Erträge durch Abschöpfen von Konsumentenrenten</p> <p>Regelung der Kompetenzen und der Abläufe bei der Preisfindung</p>