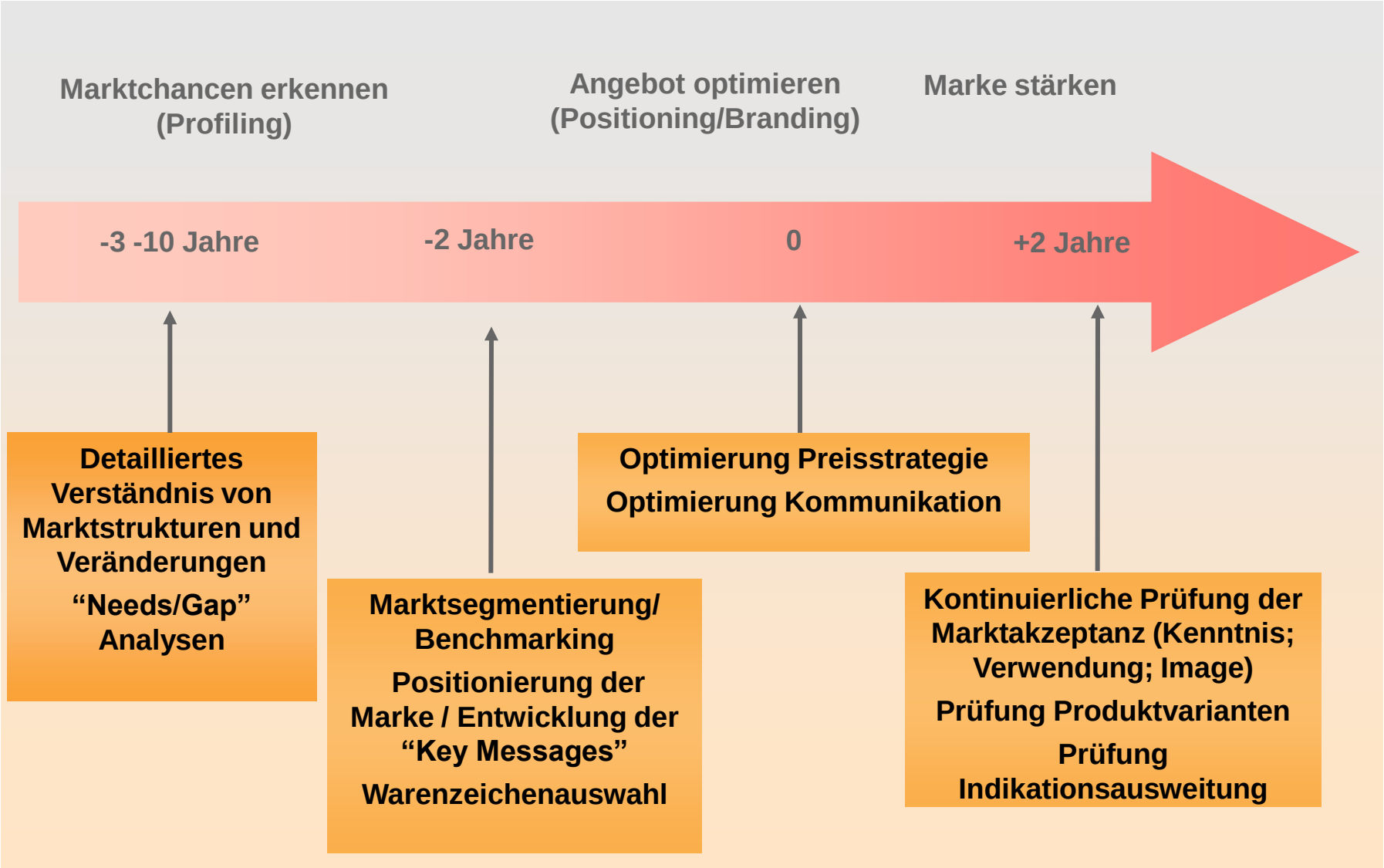
Marktchancen erkennen (Profiling)
Angebot optimieren (Positioning/Branding)
Marke stärken
-3 -10 Jahre
-2 Jahre
0
+2 Jahre
Detailliertes Verständnis von Marktstrukturen und Veränderungen
"Needs/Gap" Analysen
Marktsegmentierung/ Benchmarking
Positionierung der Marke / Entwicklung der "Key Messages"
Warenzeichenauswahl
Optimierung Preisstrategie
Optimierung Kommunikation
Kontinuierliche Prüfung der Marktakzeptanz (Kenntnis; Verwendung; Image)
Prüfung Produktvarianten
Prüfung Indikationsausweitung