

# 2.3 Marktanteils-/Potenzialanalyse

Marktanteile und Potenziale verstehen und strategisch nutzen



## Vertiefung Modulinhalte



- (Top-Down) Analysieren des Marktes inkl. **Marktabgrenzung und Segmentierung**
- Bestimmen der **Kundenzielgruppen** und des Kundenverhaltens anhand deren Präferenzen
- Erkennen von **Wachstumschancen** durch mögliche Erschließung neuer Märkte/Produkte
- Analysieren aktueller **Markt- und Produktrends** und sich verändernder Marktdynamiken
- **Strategieentwicklung** zur **gezielten** Marktanteilssteigerung und Expansion

## Endprodukte



- **Marktanteilsberichte** mit Wettbewerbspositionierung und Segmentierungen, inkl. Analysen u. **KPI-Auswertung** zu Ist-Marktanteil
- Präsentation zu den **Kundenzielgruppen** inkl. deren präferierten Kaufverhalten und -wünsche
- Berichte zu den **Wachstumsanalysen** inkl. Impulse zur Erschließung neuer Markt- und Produktsegmentierung
- **Marktpotenzialstudien** basierend auf aktuellen Trends anhand von Tools: Porters 5 Forces, Wachstumsmatrix



## Erfolgsfaktoren

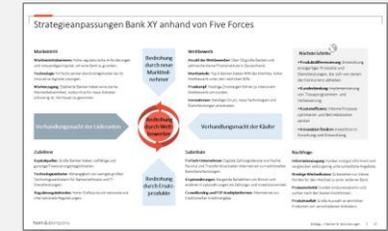


- Qualität der **Daten(-erhebung) und Segmentierungskomplexität**
- Fachkundige **Analyse** und Identifikation der Marktsituation
- **Verfügbarkeit** und effektive **Zuweisung** von Ressourcen
- Entwicklung **realistischer und umsetzbarer** Ableitungen
- **Einrichtung von Feedback-Loops** zur Marktnähe und kontinuierliche Verbesserungshaltung

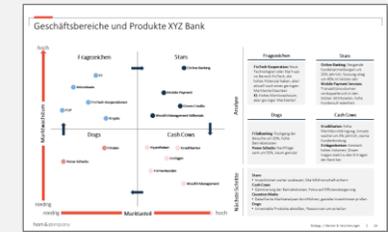
## Projektreferenzen



### Beispiel Porters 5 Forces



### Beispiel Wachstumsmatrix



Weiterführende Publikationen



- [Girokonto repositionieren: höhere Erträge, zufriedener Kund:innen](#)
- [Stellhebel für das Wertpapiergeschäft von Morgen](#)
- [Bancassurance – Potenzial für den Versicherungsvertrieb durch Banken](#)

