

Strategie

Igor Ansoffs "Strategies for Diversification"

	Gegenwärtige Produkte	Neue Produkte
Gegenwärtige Märkte	1) Marktdurchdringungsstrategie	3) Produktentwicklungsstrategie
Neue Märkte	2) Marktentwicklungsstrategie	4) Diversifikationsstrategie

zu 1) - Kunden abwerben / "kaufen"
- Gewinnung von "Nicht-Konsumenten"
- Erhöhung des Konsums / der Konsumrate

zu 2) - Geographisch neue Märkte
- neue Zielgruppen (Mittel: Co- Branding, öffentliche/private Haushalte)
- Distributionskanäle

zu 3) - besseres Produkt (Verbesserung)
→ Qualität, Kosten, Effizienz, Design, Funktionserweiterung
- Innovationen
- Spezialisierte Produktvarianten

zu 4) - Verbundwirkung (Locken der Kunden)
- Risikostreuung