

## Arbeitshilfe Marktsegmentierung

### Arbeitshilfe „Marktsegmentierung“

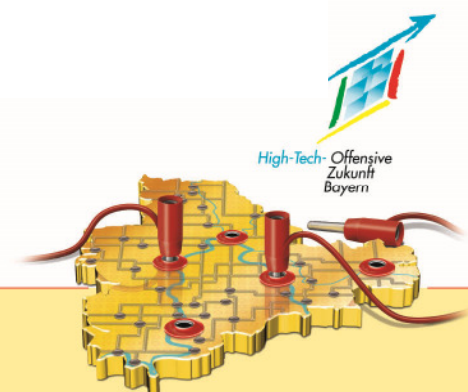
Jeder Existenzgründer sollte seine Zielkundengruppe und den geplanten Markterfolg (Absatz, Umsatz, Marktanteil und Gewinn) bestimmen. Segmentieren Sie dazu den Markt. Die Segmentierungskriterien können frei gewählt werden, solange sichergestellt ist, dass die Kunden eines Segments möglichst homogen reagieren.

Dies bedeutet, dass die Kunden mit absatzpolitischen Maßnahmen einheitlich erreicht werden können und sowohl die Anzahl der Kunden in jedem Segment als auch deren Verhalten bestimmbar ist.

- Geographisch:  
Land (Deutschland/USA usw.) oder Bevölkerungsdichte (Stadt/Land)
- Demographisch:  
Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf, usw.
- Lifestyle:  
Technofreaks, Alternative, aktive Senioren usw.
- Verhalten:  
Häufigkeit des Produktgebrauchs, Anwendung des Produkts usw.
- Einkaufsverhalten:  
Bevorzugung von Marken. Preisbewusstsein

### Mögliche Kriterien für die Kundensegmentierung in Investitionsgütermärkten sind:

- Demographisch:  
Firmengröße, Branche, Lager
- Operativ:  
Eingesetzte Technologie (z.B. digital, analog)
- Einkaufsverhalten:  
Zentraler oder Dezentraler Einkauf, Einkaufskriterien, Verträge mit Lieferanten usw.
- Situative Faktoren:  
Dringlichkeit des Bedarfs, Bestellgröße usw.





## Gründerservicenet Main-Spessart GmbH

Zum Helfenstein 6  
97753 Karlstadt

Tel.: 0 93 53 / 98 29-0  
Fax: 0 93 53 / 98 29-29

E-mail: [info@gruenderservicenet.de](mailto:info@gruenderservicenet.de)  
[www.gruenderservicenet.de](http://www.gruenderservicenet.de)



High-Tech-Offensive  
Zukunft  
Bayern



## Gründerservicenet Main-Spessart GmbH

Zum Helfenstein 6  
97753 Karlstadt

Tel.: 0 93 53 / 98 29-0  
Fax: 0 93 53 / 98 29-29

E-mail: [info@gruenderservicenet.de](mailto:info@gruenderservicenet.de)  
[www.gruenderservicenet.de](http://www.gruenderservicenet.de)

