

Inhalt

Vorwort	6
1. Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert	8
Das Problem der Austauschbarkeit	9
Hoffnungsfalle Bauchladenstrategie	11
Positionierung – anders sein als andere	12
2. Mit Positionierungsstrategien aus der Austauschbarkeitsfalle	16
Ideen und Ansätze für die Positionierung	18
Durch Positionierung zur Marke	22
3. Durch Spezialisierung zur Positionierung	26
Vorteile der Spezialisierung	27
Wie spezialisiert sind Sie?	30
Zielgruppendefinition – die Basis für Ihren Erfolg	32
4. Erfolgreiche Produkt-Positionierungsstrategien	36
Positionierung über den Preis	37
Positionierung mit einem Pionierprodukt	39
Positionierung über die virtuelle Qualität eines Produkts	42
Positionierung über Joint-Venture-Strategien	48

5. In 12 Schritten zur erfolgreichen Positionierung	54
Schritt 1: Interne Probleme erkennen	57
Schritt 2: Externe Probleme definieren	58
Schritt 3: Risiken der Zukunft abschätzen	59
Schritt 4: Chancen der Zukunft erkennen	61
Schritt 5: Die wichtigsten Wettbewerber identifizieren	61
Schritt 6: Die eigenen Stärken ermitteln	62
Schritt 7: Potenzielle Geschäftsfelder analysieren	64
Schritt 8: Die erfolgversprechendsten Zielgruppen definieren	65
Schritt 9: Die brennendsten Probleme erkennen	67
Schritt 10: Innovationspotenzial herauskristallisieren	69
Schritt 11: Hemmschwellen der Zielgruppe abbauen	71
Schritt 12: Das Unternehmensziel festlegen	72
Die weitere Erfolgsgeschichte von PhysioAktiv	74
Der Autor	78
Weiterführende Literatur	78
14tägiges Positionierungs-Telegramm (kostenlos)	79
Weiterführende Seminare	79