

Inhalt

Vorwort	6
1. Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert	9
Das Problem der Austauschbarkeit	10
Hoffnungsfalle Bauchladenstrategie	11
Positionierung – anders sein als andere	13
2. Mit Positionierungsstrategien aus der Austauschbarkeitsfalle	17
Ideen und Ansätze für die Positionierung	18
Durch Positionierung zur Marke	22
3. Durch Spezialisierung zur Positionierung	27
Vorteile der Spezialisierung	28
Wie spezialisiert sind Sie?	31
Zielgruppendefinition – die Basis für Ihren Erfolg	34
4. Erfolgreiche Produkt-Positionierungsstrategien	39
Positionierung über den Preis	39
Positionierung mit einem Pionierprodukt	41
Positionierung über die virtuelle Qualität eines Produkts	45
Positionierung über Joint-Venture-Strategien	51

5. In 12 Schritten zur erfolgreichen	
Positionierung	59
Schritt 1: Interne Probleme erkennen	61
Schritt 2: Externe Probleme definieren	63
Schritt 3: Risiken der Zukunft abschätzen	64
Schritt 4: Chancen der Zukunft erkennen	66
Schritt 5: Die wichtigsten Wettbewerber identifizieren	67
Schritt 6: Die eigenen Stärken ermitteln	68
Schritt 7: Potenzielle Geschäftsfelder analysieren	69
Schritt 8: Die erfolgversprechendsten Zielgruppen definieren	71
Schritt 9: Die brennendsten Probleme erkennen	73
Schritt 10: Innovationspotenzial heraus- kristallisieren	75
Schritt 11: Hemmschwellen der Zielgruppe abbauen	77
Schritt 12: Das Unternehmensziel festlegen	79
Die weitere Erfolgsgeschichte von PhysioAktiv	80
Fast Reader	85
Der Autor	92
Weiterführende Literatur	93