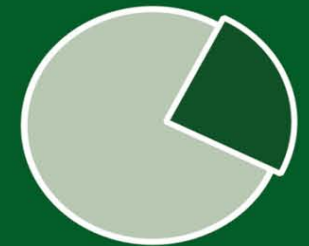




MARKT



# Marktanalysen

Entwicklung individueller Marktanalysen zu einem unschlagbaren Preis-/Leistungsverhältnis



Markt- & Serviceberatung  
Ihr Kundenkontakt im Fokus

- **Genau Beachtung der Projektziele** des Auftraggebers durch gemeinsames Festlegen der Projektparameter in persönlichem Kick-Off-Gespräch
- **Regelmäßige Zwischenmeetings** zur Überprüfung der Projektfortschritte
- **Strukturierung der Recherche** nach verschiedenen Ländern, Teilmärkten, Regionen etc.
- **Sekundärdatenrecherche** zur Erstellung eines ersten detaillierten Überblicks über den Markt, Identifizierung wichtiger Kontakte, Ermittlung aller bereits erhobenen Daten
- **Primärdatenrecherche** zur Erhebung bisher nicht verfügbarer Daten, Ermittlung von Kontakten sowie aktuellen Experteneinschätzungen insbesondere zu Marktentwicklung und -volumen
- **Bewertung und Verdichtung der Daten**
- **Entscheidungsorientierte Analyse und Aufbereitung** der Ergebnisse in einem Abschlussbericht
- **Unschlagbarer Pauschalpreis**



1. Marktanalyse – Konzeption

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 1.1 Projektbeschreibung



## Ziel

- Inhalt: Marktanalyse über den für den Auftraggeber relevanten Markt
- Betrachtungsgegenstand: Marktvolumen und -aufteilung, Preisniveau, Wettbewerber, potenzielle Kunden, Vertriebskanäle, Trends



## Umsetzung

- Sekundärdatenrecherche: Einarbeitung in den fokussierten Markt unter Prüfung der bereits verfügbaren Daten in relevanten Medien
- Primärdatenrecherche: Erhebung bisher nicht verfügbarer Daten
- Bewertung und Verdichtung der Daten



## Ergebnisse

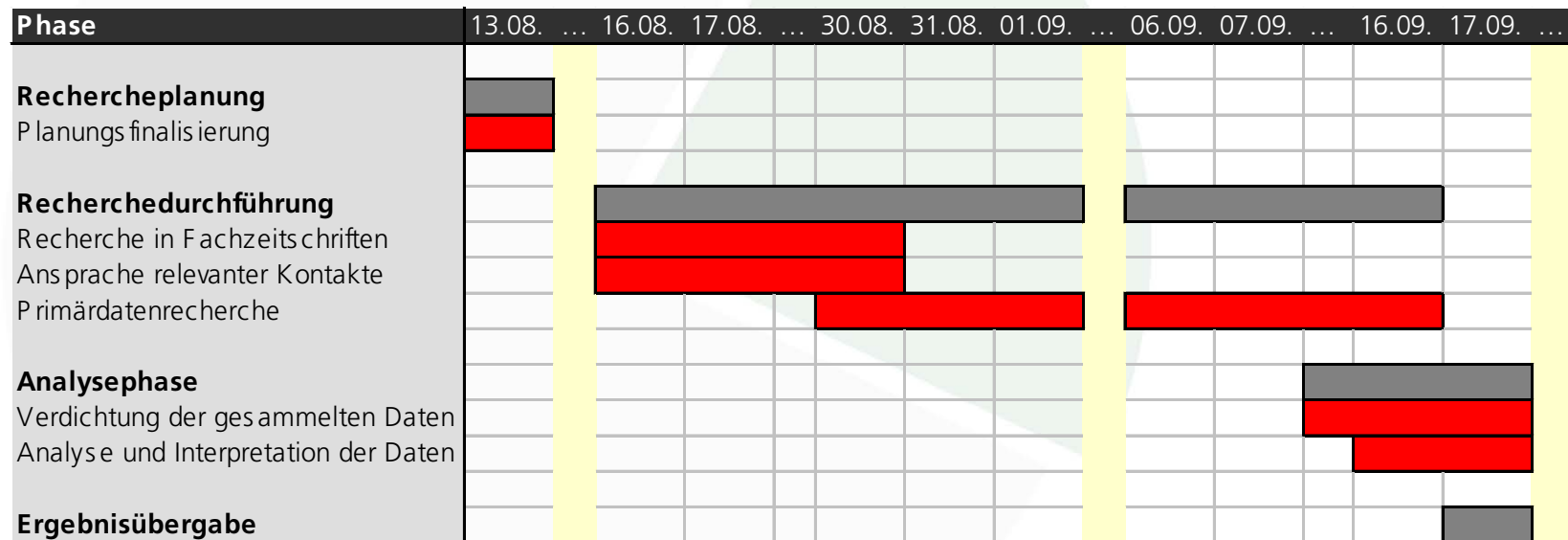
- Analyse der Ergebnisse hinsichtlich der für den Auftraggeber relevanten Informationen
- Strukturierte Aufbereitung der Daten nach den festgelegten Projektzielen
- Einschätzung des Marktpotenzials
- Ableitung von Handlungsempfehlungen

## Festlegung der Projektparameter im Rahmen eines persönlichen Kick-Off-Termins

- Festlegung der genauen Projektziele in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber
- Strukturierung der Recherche nach verschiedenen geografischen Regionen bzw. Marktsegmenten
- Identifikation und zur Verfügungstellung der bereits beim Auftraggeber vorhandenen Informationen sowie Kontakte über den Markt bzw. das relevante Marktsegment
- Identifikation der wichtigsten zu überprüfenden Quellen
- Identifikation erster relevanter Kontakte
- Festlegung des zeitlichen Rahmens der einzelnen Recherchephasen
- Festlegung von Anzahl und Qualifikation der benötigten Rechercheure

# 1.2 Durchführungsplanung

## Beispielhafter Timetable



# 1.3 Sekundärdatenrecherche (I)

## Recherche bereits vorhandener, frei zugänglicher Informationen

- Einarbeitung in den relevanten Markt
- Erstellung und Abarbeitung einer detaillierten Liste der zu prüfenden Medien für die fokussierten Märkte (durch Verwendung relevanter Datenbanken, Webrecherche, Auskünfte von Kontakten etc.)
- Grobauswertung v.a. von Fachartikeln als Basis für die weitere Primärdatenrecherche
- Strukturierte Erfassung und Bewertung der gesammelten Daten
- **Ziel:** erster detaillierter Überblick über den Markt, Identifizierung wichtiger Kontakte, Ermittlung aller bereits erhobenen Daten

# 1.3 Sekundärdatenrecherche (II)

## Beispielhafte To-Do-Liste

Quelle/Link	Kategorie	Aufwand	Priorität	Dauer	bis	Mitarbeiter
<b>Sekundärquellen</b>						
<a href="http://www.abc.de">www.abc.de</a>	Webseite Partner A	M	1	2	15.08.	FM
[...]	Webseite Kunde X	M	3	2	17.08.	FM
[...]	Webseite Mitbewerber C	H	1	4	20.08.	FM
[...]	Pressedatenbank	N	2	1	23.08.	FM
[...]	LexisNexis	H	3	3	09.08.	FM
<b>Primärquellen</b>						
[Name]	Intern Marketing	H	1	1	25.08.	SG
[Name]	Extern Journalist	N	2	1	01.09.	SG
[Name]	Extern Ex-PR-Berater	M	3	0,5	30.08.	SG
[Name]	Intern Vertrieb	H	1	2	07.09.	SG
<b>Analyse</b>						
				40	10.09.	FM
<b>Bericht</b>						
				12	14.09.	FM

## Erhebung nicht frei zugänglicher Informationen

- Erstellung einer detaillierten Liste relevanter Kontakte
- Ansprache der ermittelten Kontakte:
  - Ermittlung der Namen diverser Konkurrenten
  - Ermittlung weiterer relevanter Kontakte
  - Einholung von Experteneinschätzungen (z.B. von Verbänden, Fachzeitschriften, Hochschulen etc.) zu Investitionsvolumen im Außenbereich, Ausgabendifferenzierung, Marktanteile von Mitbewerbern
  - Befragung von Konkurrenten
  - Befragung potenzieller Kunden
- Bewertung der Kontakte nach Glaubwürdigkeit sowie Tiefe und Qualität des vorhandenen Wissens
- Strukturierte Erfassung und Bewertung der gesammelten Daten
- **Ziel:** Erhebung bisher nicht verfügbarer Daten, Ermittlung von Kontakten sowie aktuellen Experteneinschätzungen insbesondere zu Marktentwicklung und -volumen

# 1.4 Primärdatenrecherche (II)

## Beispielhafte Kontaktliste

Name	Tel.-Nr.	Position	Organisation	Letzter Kontakt	Einschätzung Informationsdichte	Glaubwürdigkeit
<b>Stand: 14.09.2011</b>						
Fritz Meyer	555-2754	GF	Pot. Kunde	01.09.2011	N	Niedrig
Erwin Müller	555-75785	Vertriebler	Wettbewerber B	30.08.2011	H	Niedrig
Hannelore Grüning	555-86586	Leiterin	Wettbewerber C	22.08.2011	H	Vertrauenswürdig
Ernst Weber	555-36443	Sachbearbeiter	Branchenverband	27.08.2011	M	Vertrauenswürdig
Karl Fleischer	555-27896	Vertriebler	Lieferant X	04.09.2011	H	Vertrauenswürdig
Erwin Müller	555-75785	Vertriebler	Wettbewerber B	11.09.2011	H	Niedrig
Hannelore Grüning	555-86586	Leiterin	Wettbewerber C	19.08.2011	H	Vertrauenswürdig
Ernst Weber	555-36443	Sachbearbeiter	Branchenverband	20.08.2011	M	Vertrauenswürdig
Karl Fleischer	555-27896	Vertriebler	Lieferant X	05.09.2011	H	Vertrauenswürdig

# 1.5 Datenverdichtung

- Bewertung aller Quellen und Daten hinsichtlich Glaubwürdigkeit und Relevanz
- Strukturierung der gesammelten Daten nach Relevanz
- Identifikation der wichtigsten Daten (A Daten)
- Verdichtung weniger wichtiger Daten in Statistiken
- Strukturierte Ablage aller Daten zur schnellen Wiederauffindbarkeit

# 1.5.1 Beispielhafte Quellenbewertung



Quelle/Link	Kategorie	Aufwand	Priorität	Dauer	Relevanz	Glaubwürdigkeit
<b>Sekundärquellen</b>						
<a href="http://www.abc.de">www.abc.de</a>	Webseite Partner A	M	1	1	H	H
[...]	Webseite Kunde X	M	3	0,5	N	H
[...]	Fachzeitschrift 1	H	1	2	H	M
[...]	[...]	N	2	1,5	H	H
<b>Primärquellen</b>						
[Name]	Intern Marketing	N	3	0,5	N	H
[Name]	Extern Journalist	M	1	2	H	N
[Name]	Intern Vertrieb	H	2	2,5	H	H
[Name]	[...]	N	3	1,5	M	M

# 1.6 Ergebnisaufbereitung

## Erfassung der gesammelten Daten hinsichtlich:

- Gesamtmarktvolumen
- Marktanteile der Mitbewerber
- Vertriebskanäle sowie ihr jeweiliger Anteil am Gesamtvolumen
- Potenzielle Kunden
- Preisniveau und -entwicklung
- Markttrends
- Analyse der Ergebnisse u.a. hinsichtlich Unterschieden in den einzelnen geografischen Regionen bzw. Marktsegmenten
- Entscheidungsorientierte Aufbereitung der Projektergebnisse
- Erstellung eines kurzen Ergebnisberichtes mit den recherchierten Eckdaten



1. Marktanalyse – Konzeption

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

## 2.1 Erfolgreich durchgeführte Marktanalysen (Auszug)

- Analyse des Marktes für Wasserstoff in Nord-Ost-Deutschland
- Analyse des Marktes für Energy-Drinks in den Niederlanden
- Analyse des Marktes für die Entsorgung von Rußabfällen in Europa
- Analyse der Wettbewerber im Bereich Telekommunikationsangebot von Messegesellschaften
- Studie zur Wechselbereitschaft von privaten Gaskunden
- Consulimus-Klimastudie: Der Klimawandel im Bewusstsein der Deutschen
- Studie zur Entwicklung des Wellnessmarktes
- Wireless Broadband Market Opportunities and Regulatory Situation Europe



## 2.2 Kunden über uns



*„Auswertungen, Bildbearbeitung,  
Aufbereitung von  
Kommunikationsinhalten - bislang  
hatte Consulimus immer eine  
passende Lösung für mich!“*

Xenia Sarigiannidis  
Project Manager  
Vorwerk & Co. KG



*„Angebot innerhalb von 2 Stunden,  
Projektstart am nächsten Tag.  
Mit der Consulimus AG ist  
auch das möglich.“*

Tomislav Vlahovic,  
Leiter Service-Zertifizierungen  
TÜV SÜD Management  
Service GmbH



*„Im Rahmen unserer Mitarbeiterbefragung  
haben wir drei Befragungsrunden  
durchgeführt. Kurzfristig geänderte  
Fragebögen, spontane Vorziehung von  
Befragungsstarts, ausführlichere  
Auswertungsanforderungen – mit der  
Consulimus AG war das alles kein Problem.“*

Dr. Erik Rosenboom,  
Vorstand  
Klaus-Dieter-Trayser-Stiftung

■ KLAUS-DIETER-TRAYSER-STIFTUNG  
für wertorientierte Unternehmensführung

## 2.3 Referenzliste (Auszug)

### Ausgewählte Referenzkunden



Deutsche Post

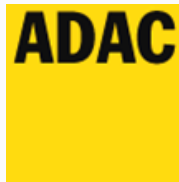


SIEMENS



DZ BANK

Europcar



CASTRO





1. Marktanalyse – Konzeption

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 3.1 Consulimus AG im Überblick

Spezialist für Analysen  
rund um den Kundenkontaktpunkt

## UNTERNEHMEN

- Schwerpunkt: Angebots- und Serviceoptimierung
- Über 500 Projekte seit 2005
- Qualität nach ISO-Norm
- Über 12.000 potentielle Mitarbeiter und Tester

## ANGEBOT (AUSZUG)

- Kundenbefragungen
- Mystery Analysen
- Mitarbeiterbefragungen
- Website-Analyse
- Prozessanalysen

## KEY FACTS

- Seit 2005 erfolgreich am Markt
- Über 200 Referenzkunden
- Bis zu 50% günstiger als der Wettbewerb
- Innovatives Leistungskonzept
- Aktuelle Vergleichsdaten zu vielen Branchen

## REFERENZEN (AUSZUG)



Kooperationspartner des TÜV SÜD

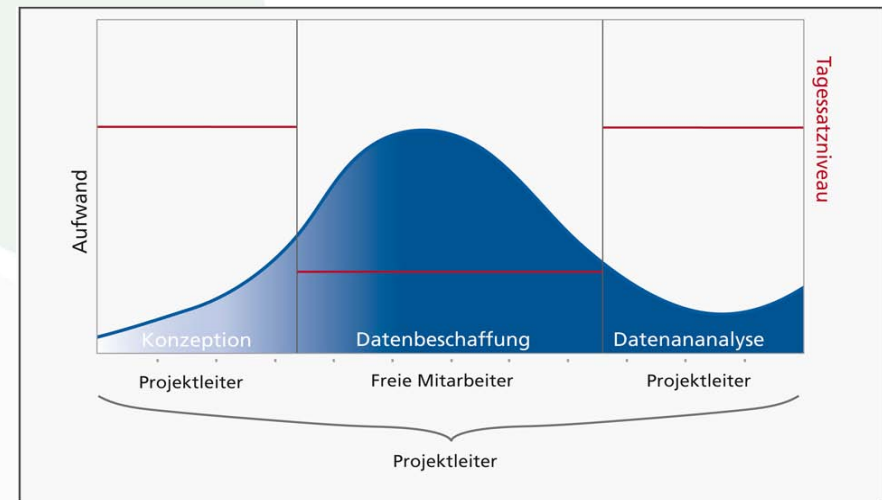


## 3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

### Kompetenz und Kosteneffizienz

- Praktische Erfahrung gepaart mit theoretischem Hintergrundwissen
  - Akademisch ausgebildete Projektleiter (Diplom-Kaufleute und Diplom-Psychologen)
  - Erfahrungen aus hunderten von Projekten
- Qualitätsmanagement nach ISO-Norm
  - Einhaltung der DIN ISO 20252:2006
- Bis zu 50% niedrigere Projektkosten
  - Beratung hinsichtlich effizienter Projektumsetzung
  - Transparente, gut nachvollziehbare Angebote
  - Schlankes Kernteam und niedrige Fixkosten
  - Einsatz freier Mitarbeiter für zeitaufwendige Tätigkeiten

Typischer Projektverlauf



- ➔ Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unser Preis-/Leistungsverhältnis mit **sehr gut (1,33)\***

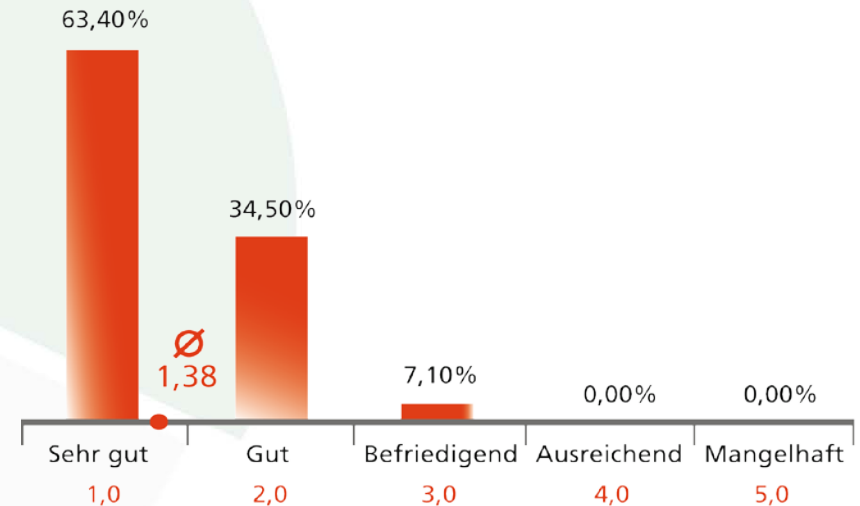
\*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter [www.consulimus.de/presse](http://www.consulimus.de/presse).

## 3.2 Was zeichnet die Consulimus AG aus?

### Kundenorientierung und Flexibilität

- Flexibilität als strategischer Fokus
  - Sehr kurze Projektvorlaufzeiten
  - Kurzfristig starke Kapazitätsausweitung möglich
  - Flexible Änderungen im laufenden Projekt
- Unbedingte Kundenorientierung
  - Schneller und unbürokratischer Umgang mit Kundenwünschen
  - Sonderwünsche in 9 von 10 Fällen ohne Zusatzkosten
- Professionelle Betreuung
  - Eindeutig zugeordneter, kompetenter Ansprechpartner
  - Schnelle Reaktionszeiten

Bewertung der Flexibilität im laufenden Projekt



- ➔ Unsere Kunden bewerteten Ende 2010 unsere **Flexibilität** und **Professionalität** jeweils mit **sehr gut** (1,38 bzw. 1,35)\*

\*Die Ergebnisse der Kundenbefragung finden Sie unter [www.consulimus.de/presse](http://www.consulimus.de/presse).

# 3.3 Leistungsportfolio der Consulimus AG

## Die wichtigsten Leistungsmodule im Überblick





1. Marktanalyse – Konzeption

2. Referenzen

3. Consulimus AG – Kurzvorstellung

4. Kontakt

# 4. Kontakt

Fragen? Wir helfen gerne weiter:

## **Consulimus** AG

Gottfried-Hagen-Str. 20  
51105 Köln

Tel.: (0221) 788 745 - 0

E-Mail: [info@consulimus.de](mailto:info@consulimus.de)

Web: [www.consulimus.de](http://www.consulimus.de)

