

(Mobile pdf) Vergleich verschiedener Ansätze zur internationalen Marktsegmentierung (German Edition)

# Vergleich verschiedener Ansätze zur internationalen Marktsegmentierung (German Edition)

*Carsten Lau*

*audiobook / \*ebooks / Download PDF / ePub / DOC*

Carsten Lau

---

**Vergleich verschiedener Ansätze zur internationalen Marktsegmentierung**

Studienarbeit



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#4353534 in eBooks 2007-05-12 2007-05-12 File Name: B007GHATZQ | File size: 67.Mb

**Carsten Lau : Vergleich verschiedener Ansätze zur internationalen Marktsegmentierung (German Edition)** before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Vergleich verschiedener Ansätze zur internationalen Marktsegmentierung (German Edition):

Studienarbeit aus dem Jahr 1997 im Fachbereich BWL - Marketing, Unternehmenskommunikation, CRM, Marktforschung, Social Media, Note: 1,0, Duale Hochschule Baden-Württemberg, Ravensburg, früher: her:

Berufsakademie Ravensburg, 23 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Globalisierung ist das Schlagwort der neunziger Jahre; der Grund, der die Unternehmen zu Aktivitäten auf weltweiter Ebene zwingt. Um wettbewerbsfähig bleiben zu können, kommen die meisten Firmen nicht darum herum neue Märkte zu erschliesen, doch dies erfordert eine genaue Analyse derselben, um nicht gegenüber der Konkurrenz das Nachsehen zu haben. Die internationale Segmentierung ist dabei ein erster Schritt auf diesem Weg und kann bereits entscheidend dazu beitragen, nicht nach verkehrten Gesichtspunkten oder nach unpassenden Methoden vorzugehen, und dadurch Geld am falschen Ort zu investieren. Zunächst wird im ersten Abschnitt des zweiten Kapitels geklärt werden, was sich hinter dem Begriff Marktsegmentierung verbirgt, worin diese sich von der internationalen Marktsegmentierung unterscheidet, und welche Varianten definierbar sind. Anschliesend soll im zweiten Abschnitt kurz auf die Bedingungen eingegangen werden, die an Segmentierungsmerkmale gestellt werden. Danach folgen die Schilderungen der verschiedenen Kriterien, mit deren Hilfe Ländermärkte differenziert werden können. Im letzten Teil des zweiten Kapitels werden dann die Methoden bzw. Instrumente der internationalen Marktsegmentierung erläutert, bereits im Hinblick auf die Vor- und Nachteile der verschiedenen Verfahren. Mit einer kurzen Zusammenfassung der Ergebnisse in Tabellenform beginnt schlieslich das dritte Kapitel, bevor eine Nutzwertanalyse am Ende dieser Arbeit Aufschluss aruber geben soll, welche Vorgehensweise expansionsfreudigen Unternehmen anzuraten ist, und wie eine Ideallösung - falls vorhanden - aussehen könnte. In der Schlussbetrachtung werden die Erkenntnisse der vorliegenden Arbeit nochmals knapp resumiert, um ein abschliesendes Fazit ziehen zu können. Da der Begriff der internationalen Marktsegmentierung eventuell falsch verstanden werden kann, sei darauf verwiesen, dass das Gebiet der internationalen Marktsegmentierung gema der Definition im zweiten Kapitel Gegenstand dieser Arbeit ist. Ziel dieser Studienarbeit soll sein, die Instrumente der internationalen Marktsegmentierung miteinander zu vergleichen, und vorab zu zeigen, welche Möglichkeiten der Kriterienauswahl und der methodischen Vorgehensweise uberhaupt in Betracht gezogen werden können. Zu diesem Zweck stutzt sich der Verfasser auf bereits vorhandene Werke ausgewählter Autoren.