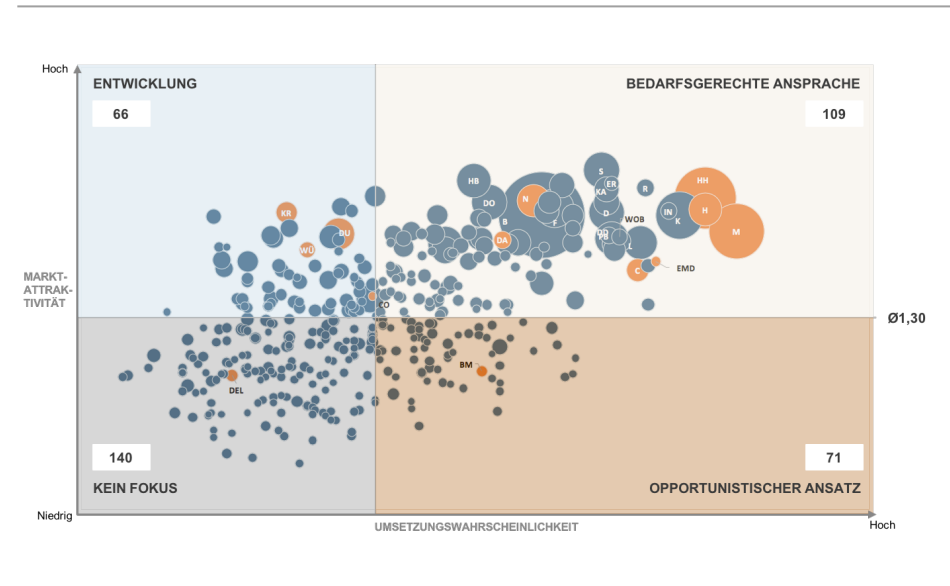


Durch eine Marktsegmentierung haben wir einen Gesamtüberblick über Anforderungen und Barrieren geschaffen

Darstellung des Projekts "Markteintrittsstrategie Smart City"

MARKTSEGMENTIERUNG DEUTSCHER KOMMUNALMARKT



I. AUFGABE

- Identifikation der Zielkunden & Analyse Zielkundenbedarfe
- Identifikation "White Spots" im Angebotsportfolio
- Identifikation Markteintrittsbarrieren/Hemmnisse
- Potenzialanalyse & Priorisierung der Zielkunden
- Erarbeitung Markteintrittsmaßnahmen (Anbahnung)
- Transfer "Lessons Learned" aus laufenden Smart-City-Projekten

II. LEISTUNG

- Entwicklung Kriterienkatalog für Kommunen und Städte
- Definition des relevanten Marktes und Clusterung
- Analyse und Bestimmung des "Digitalisierungspotenzials"
- Analyse der Bedarfe je Cluster und Evaluation Produktportfolio
- Abschätzung Umsatzpotenzial je Cluster, Auflösung von Barrieren
- Markteintrittskonzept, -maßnahmen und -planung

III. KUNDENNUTZEN DURCH DIE UNTERSTÜTZUNG VON HASELHORST ASSOCIATES

- Strukturierter Gesamtüberblick über wesentliche Marktanforderungen und Markteintrittsbarrieren
- Konkretisierter Zielmarkt, priorisierte Zielkunden, zugeordnete und priorisierte Produkte und "Smart-City-Wertangebote"
- Operatives Konzept für schrittweisen Eintritt in den Kommunalmarkt der digitalen Daseinsvorsorge
- Entwurf eines Umsetzungsplans für die Markteintrittsstrategie und Unterstützung der Akquisitionsanbahnung