



Training zur Erstellung von Marktanalysen in der Medizintechnik

Von *horatius*

Erstellt am 5 Aug 2013 - 13:34

Systematische Analysen für die High-Tech-Branche selbst durchführen

Das systematische Erheben und Recherchieren von Informationen gehört in nahezu jedem Unternehmen zur essentiellen Vorarbeit um strategische Entscheidungen wirkungsvoll zu treffen und zukünftigen Erfolg zu sichern. In komplexen B2B-Märkten ist dies eine nicht unerhebliche Herausforderung, die jedoch mittels spezieller Schulungen stark vereinfacht werden kann. Die Trainings und Fortbildungen von RESEARCH-FELLOWS zeigen auf, wie die Schritte bei der Recherchedurchführung in einen systematischen Prozess übergeführt werden können.

Der Bedarf nach Medizintechnik wird global stark zunehmen. So gehen Studien davon aus, dass in den Industrieländern die Nachfrage bis 2020 mit durchschnittlich jährlich 3% bis 4% deutlich schneller wachsen wird als das Bruttoinlandsprodukt. Global wird das Wachstum sogar noch höher ausfallen. Aktuelle Prognosen gehen z.B. für Osteuropa von 9% jährlichem Wachstum und für Asien von 16% jährlichem Wachstum bis 2020 aus.

Das Wachstum in der Medizintechnik bietet Chancen für die Zuliefer-Industrie:

- Aus dieser Marktentwicklung ergeben sich attraktive Chancen für Unternehmen zahlreicher Branchen. Insbesondere Zulieferer aus den Bereichen Elektrotechnik und Elektronik, Maschinen- und Anlagenbau, Metall- und Kunststoffverarbeitung, aber auch Dienstleister wie Ingenieurbüros oder Prüfunternehmen erschließen die Medizintechnik als Wachstumsfeld und werden als Zulieferer oder Marktpartner aktiv.

Ein systematisches Vorgehen bei der Markterschließung sichert den Erfolg. Am Anfang der systematischen Markterschließung steht die strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse. Diese kann entweder durch spezialisierte Beratungsunternehmen realisiert werden oder in speziellen Trainings, Fortbildungen bzw. Schulungen erlernt und anschließend intern durchgeführt werden. Die Münchner Beratung RESEARCH-FELLOWS ist fokussiert auf Marktanalysen und Marktstudien im Bereich Medizintechnik und bietet ein spezielles Training zur Durchführung von Marktanalysen in industriellen Märkten im B2B-Bereich. Alle Trainings werden von erfahrenen Projektleitern von RESEARCH-FELLOWS durchgeführt. Neben der reinen Wissensvermittlung werden manche Inhaltsbausteine auch interaktiv erarbeitet. In mehreren Fallstudien können die Trainingsteilnehmer das erworbene Wissen fallbezogen anwenden und ihre Vorgehensweise und Ergebnisse diskutieren.

In mehr als 300 Analyseprojekten hat RESEARCH-FELLOWS einzigartige Expertise in der Durchführung von strategischen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie Research-Projekten erworben. Diese Erfahrungen werden in unseren speziellen Trainingsprogrammen weitergegeben. Die Schulungen bieten einen praxisorientierten Überblick über die [Konzeption und Durchführung von strategischen Marktanalysen](#) [1] und eignen sich ideal für Ihre Fortbildung. Durch die spezielle Ausrichtung auf industrielle Bereiche und B2B-Themen hebt sich das Training klar von allgemeinen Marketingschulungen ab.

RESEARCH FELLOWS

Inhaber: ?Matthias Meyer, Dipl. Kaufm.



Tel.: +49 (0) 89 / 189 41 31-10

Fax: +49 (0) 89 / 189 41 31-20

E-Mail: [info\(at\)research-fellows.de](mailto:info(at)research-fellows.de)

Web: www.research-fellows.de [2]

RESEARCH-FELLOWS ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen mit Sitz in München. Wir fokussieren uns auf die Bereiche strategische Marktanalysen und Marktstudien sowie Ad Hoc Research zu Märkten und Unternehmen (qualitative Marktforschung). Das Unternehmen wurde 2005 von Dipl. Kfm. Matthias Meyer gegründet. Matthias Meyer war zuvor als Consultant bei einer führenden europäischen Strategieberatung tätig und leitete dort das europaweite Research Center.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 30 Dez 2020 - 23:06): <http://medkom24.eu/node/18010>

Links:

[1] http://www.research-fellows.de/without_fl/Html/trainings.html

[2] http://www.research-fellows.de/without_fl/Html/home.html