

EXPORT BUSINESS PLAN

Firmenwortlaut:	Exportzielmarkt: Land: Region:
Tätigkeitsbereich/Kundensegment:	B2B <input type="checkbox"/> B2C <input type="checkbox"/>
Mitarbeiter/Umsatz:	Diese/s Produkt/e/Dienstleistung/en soll/en am Zielmarkt abgesetzt werden:
Weitere Niederlassungen in:	
Angedachte Vertriebsstruktur:	Bereits bestehender Export Business Plan: Ja <input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>

I. EXPORTZIELE, VISION & MOTIVE

Diese Ziele/Meilensteine haben wir für die nächsten 1-3 Jahre hinsichtlich der Markterschließung definiert:

Im 1. Jahr:

Im 2. Jahr:

Im 3. Jahr:

Die Vision unseres Unternehmens ist folgende:

Für die Markterschließung haben wir folgenden Zeitplan vorgesehen:

Monat 1-6:

Monat 6-12:

Ab dem 2. Jahr:

Folgende Chancen & Risiken für unser Unternehmen sind mit dem Vorhaben verbunden:

Chancen:

Risiken:

II. DER ZIELMARKT

Der angedachte Exportzielmarkt kann folgendermaßen charakterisiert werden:

Stärken:

Schwächen:

Chancen/Marktpotential:

Risiken (Barrieren):

Wirtschaftslage:

Pro-Kopf-Einkommen:

www.ExportKnowHow.at

Marktvolumen:

Trends/Wachstumsprognosen:

Konkurrenz/Mitbewerber:

Geographische Bedingungen:

Infrastruktur:

Politische Situation:

Rechtliche Rahmenbedingungen:

Zoll- u. Einfuhrbestimmungen:

Produktanforderungen:

Soziale Strukturen:

Interkulturelle Besonderheiten:

Sprache(n):

Sonstiges:

III. POTENZIELLE ABNEHMER/KUNDEN

Unsere prioritäre Zielgruppe kann wie folgt beschrieben werden:

Insb. im B2C-Geschäft: Demographische Definition (Alter, Geschlecht, Sprache, Bildung, Stadt/Land, Lifestyle, Statussymbole, Bedürfnisse etc.):

Kulturelle Charakteristika (Werte, Normen, Religion, Geschichte etc.):

Kaufverhalten (Innovationsbegeisterung, Preissensibilität, Markentreue etc.):

Andere:

IV. DAS UNTERNEHMEN

Diese Stärken zeichnen unser Unternehmen iHa unser Vorhaben am Zielmarkt aus:

Diese Schwächen hat unser Unternehmen:

Sind die oben genannten Schwächen vernachlässigbar, oder müssen diese vor dem Export behoben werden? Wenn ja, wie?

Wir planen für das konkrete Vorhaben neue MitarbeiterInnen im Unternehmen einzustellen:

Ja, und zwar (Anzahl, Aufgaben, Qualifikationen):

Nein.

Die für das Auslandsvorhaben in Zukunft zuständigen Personen sind:

Die mit dem Vorhaben betrauten Personen verfügen über folgende Qualifikationen:

Wir rechnen mit folgenden zusätzlichen Personalkosten, die sich für das Vorhaben ergeben:

Sollen Bereiche im Zuge der Markterschließung ausgelagert werden (Outsourcing)? Wenn ja, welche?

V. DAS PRODUKT/DIE DIENSTLEISTUNG

Für unser Produkt/unsere Dienstleistung benötigen wir am Zielmarkt folgende Genehmigungen/Zulassungen/Zertifizierungen:

Folgende Produktanpassungen müssen für das Vorhaben vorgenommen werden:

Diesen (Mehr-) Wert (USP) bietet unser Produkt/unsere Dienstleistung für unsere Kunden im Zielmarkt und so heben wir uns von unseren Konkurrenten vor Ort ab:

Die Preisgestaltung unserer Produkte/Dienstleistungen am Zielmarkt setzt sich folgendermaßen zusammen:

VI. VERTRIEB

Für das konkrete Vorhaben denken wir folgende Vertriebsstruktur an:

Unsere Produkte werden wir folgendermaßen ins Zielland befördern (Luft, Straße, Schiene, Wasser bzw. Einsatz Spedition):

Wir haben bereits diese Verbindungen/Kontakte/Anknüpfungspunkte zum Zielmarkt:

VII. MARKETING

So sieht unsere Marketingstrategie für den angedachten Markt aus:

So unterscheidet sie sich von der bisherigen Marketingstrategie (etwa am Heimmarkt):

VIII. FINANZIELLE PLANUNG

In den nächsten 1-2 Jahre rechnen wir mit folgenden Zusatzkosten, die sich aus der Markterschließung ergeben: