



Framework for Judging Market Potential of Information Products

Publikation

[Bericht](#)

Zitiervorschlag

O'Rourke, Eleanor (Hg.) 2014: Report on framework for judging market potential of information products. Deliverable 3.2, Sharing Water-related Information to Tackle Changes in the Hydrosphere - for Operational Needs (SWITCH-ON).

Ziel dieser SWITCH-ON-Marktanalyse-Leitlinie (MAF) ist es, Entwicklern eine Leitlinie und ergänzende Ressourcen zur Verfügung zu stellen, um die Analyse neuer und bestehender Märkte für SWITCH-ON-Produkte und Dienstleistungen zu unterstützen. Diese Leitlinie erleichtert Entwicklern die kritische Bewertung des Potenzials der identifizierten Märkte und Dienstleistungen und unterstützt sie bei der Entwicklung einer geeigneten Markteintrittsstrategie.

Sprache

Englisch

Autorenschaft

[Gerardo Anzaldúa](#)
Monica Ridgway

Finanzierung

Europäische Kommission, [Generaldirektion Forschung & Innovation](#) (GD Forschung & Innovation), International

Jahr

2014

Umfang

59 pp.

Projekt

[Verbreitung von wasserbezogenen Geoinformationen für die Praxis \(SWITCH-ON\)](#)

Projekt-ID

[2732](#)

Inhaltsverzeichnis

- Executive Summary
- 1 Introduction to the SWITCH-ON Market Analysis Framework
 - 1.1 Purpose
 - 1.2 How to use the framework
 - 1.3 Roles and responsibilities
- Part I – Exploration and review of the markets for SWITCH-ON products and services
- 2 Market Definition
 - 2.1 Definition of the overall market for the SWITCH-ON project
 - 2.2 Definition of sub-markets
- 3 Market Intelligence
 - 3.1 Exploration of the Market for Water Information Products and Services in the EU
 - 3.1.1 Political Factors
 - 3.1.2 Legal Factors
 - 3.1.3 Economic Factors
 - 3.1.4 Socio-cultural Factors
 - 3.1.5 Technological Factors
 - 3.1.6 Environmental Factors
- Part II – Tools for the collection and assessment of target market data
- 4 Market Segmentation
 - 4.1 Defining the segments
 - 4.2 Selecting target groups
- 5 Market Analysis
 - 5.1 Secondary research
 - A note on primary research
 - 5.2 Estimating the potential size of the target market
 - 5.3 Analysing trends and responding to opportunities and threats
 - 5.4 Calculating the market growth rate
 - 5.5 Competition and profitability
 - Competitor Identification Framework
 - Competitive Strength Heatmap
 - Porter’s Five Forces
 - Cost-Volume-Profit Analysis
 - 5.6 Marketing communication
 - 5.7 Assessment of risks
 - Ansoff Matrix
 - Risk Matrix
- 6 Lessons Learned
- References

Schlüsselwörter

[Klima](#)
[EU](#)
[Governance](#)
[Wasser](#)
Europe
Market analysis