



# Framework for Judging Market Potential of Information Products

## Publikation

[Bericht](#)

## Zitervorschlag

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