

Sekundære data 06 - idet nedenstående dog nærmest må betegnes primære data

Virksomheden selv	Styrker / Svagheder. Trusler / Muligheder - i forbindelse med organisation, økonomi, produkter, markedsføringskompetence etc. Benchmarking: Sammenligning af relevante faktorer med konkurrenter. Kundetilfredshed: Spørgeskemaundersøgelse som kendt fra hoteller, autoværksteder etc.
	Virksomhedens vision, mission, mål mv. antages at falde uden for markedsanalysens område.

Oversigterne over de sekundære data 01-06 er ingenlunde komplet. Men den dækker de væsentligste infobehov, der kan tilvejebringes via sekundære kilder.

Bemærk desuden:

Opererer man allerede i en bestemt branche, vil der givetvis eksistere mængder af relevante data internt i virksomheden (sekundære interne data).

Får man tilbudt agenturet for et produkt, vil der **hos agenturgiver** altid findes data, fx om konkurrerende produkter, efterspørgere etc. (sekundære eksterne data).

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.