

Business Card Advance Report Sample No.01



Company Name A Company Name
Place Tokyo, Osaka
Website http://xxx.xx.xxx

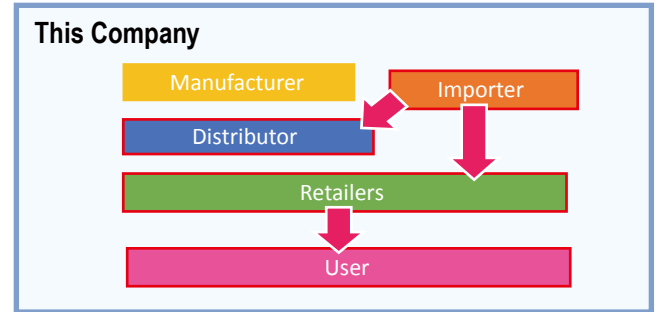
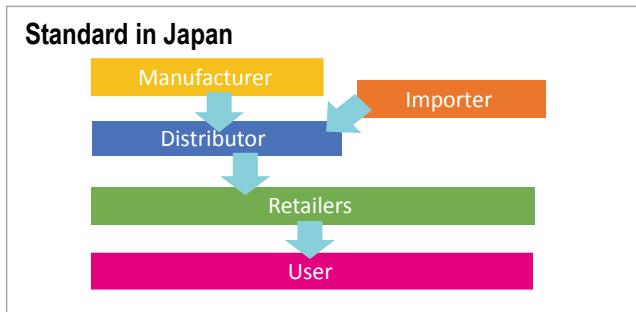
① Integrierte Beurteilung

→ Zeigt wie die Firma entsprechend der nachstehenden Posten Ihre Ziele erreicht.



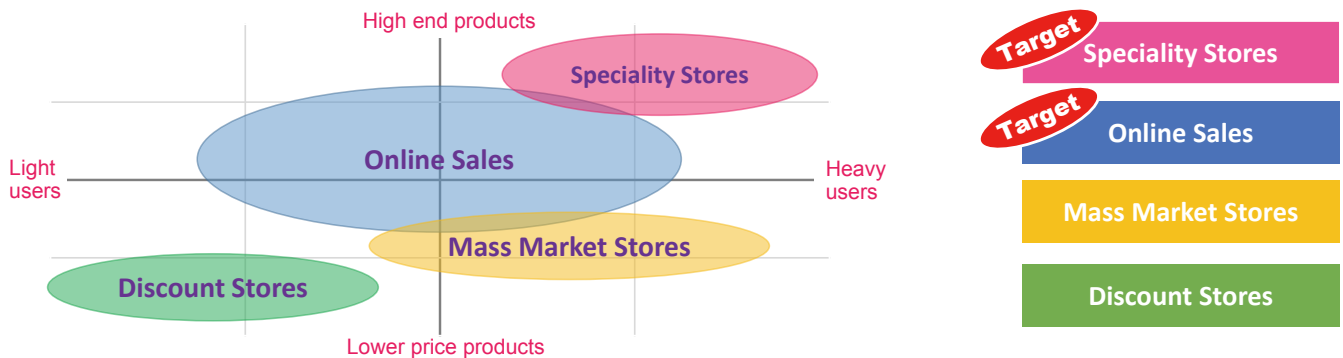
② Marktposition

→ Zeigt die Firmenposition auf dem japanischen Markt entsprechend des japanischen Standardsystems.



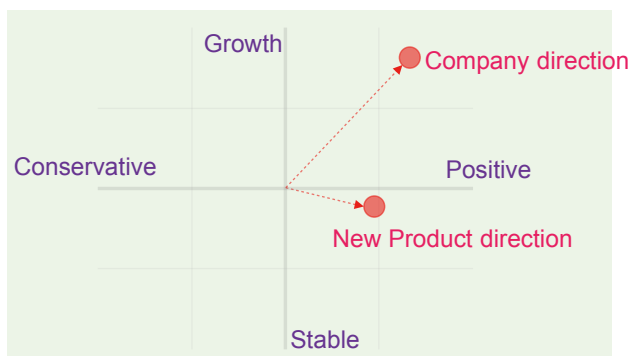
③ Marktsegmentierung

→ In Japan gibt es vier verschiedene Unterteilungen wie Fachmärkte, Online-Märkte, Massenmärkte und Rabattmärkte. Dies zeigt, welche dieser Märkte die betreffende Firma versorgt und in welchen dieser vier Marktarten sie stärker vertreten sind.



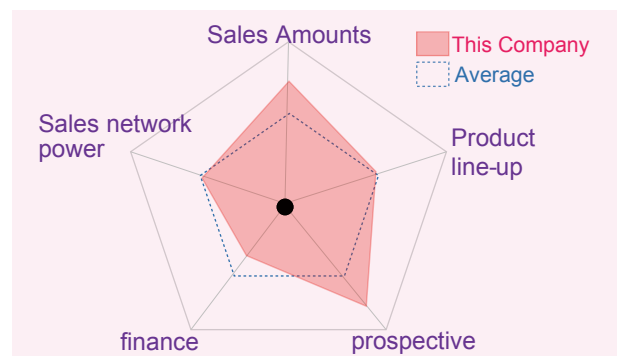
④ Firmenkonzpte

→ Die Grafik zeigt, wie die Firma sich selbst in ihren Konzepten darstellt sowie deren neue Produkte.



⑤ Vergleiche mit anderen Firmen in der gleichen Kategorie.

→ Die Grafik zeigt, wie die Firma im Vergleich zu anderen Firmen in der gleichen Kategorie dasteht.



⑥ SWOT-Analyse

→ Zeigt vier Aspekte von Firmen wie Stärken, Schwächen, Gelegenheiten und Gefahren.

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> Leistungsfähige Vernetzung mit Onlinegeschäften 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> Geschichte der Firma ist noch jung, unzureichendes Gesamtvermögen
<p>Gelegenheiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Gute Möglichkeiten für die Entwicklung starker Marken auf dem Markt 	<p>Gefahren</p> <ul style="list-style-type: none"> Finanzielle Bedenken wenn das Geschäfte kurzfristig wächst



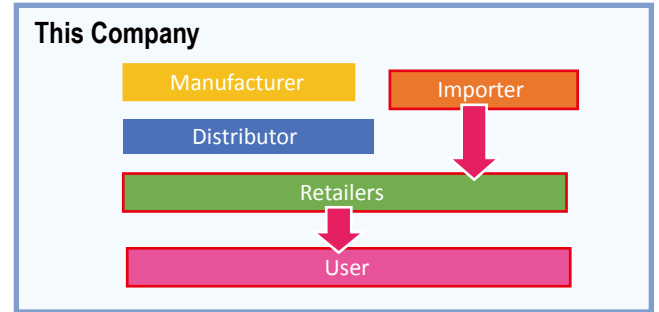
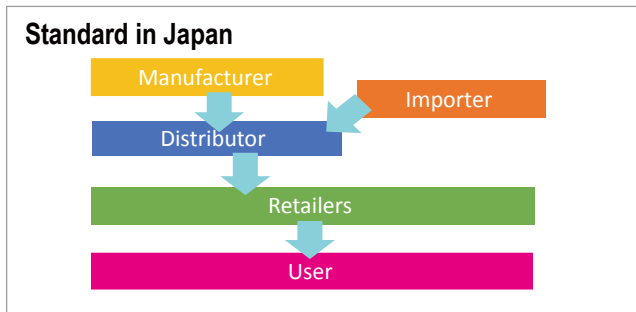
① **Integrierte Beurteilung**

→ Zeigt wie die Firma entsprechend der nachstehenden Posten Ihre Ziele erreicht.



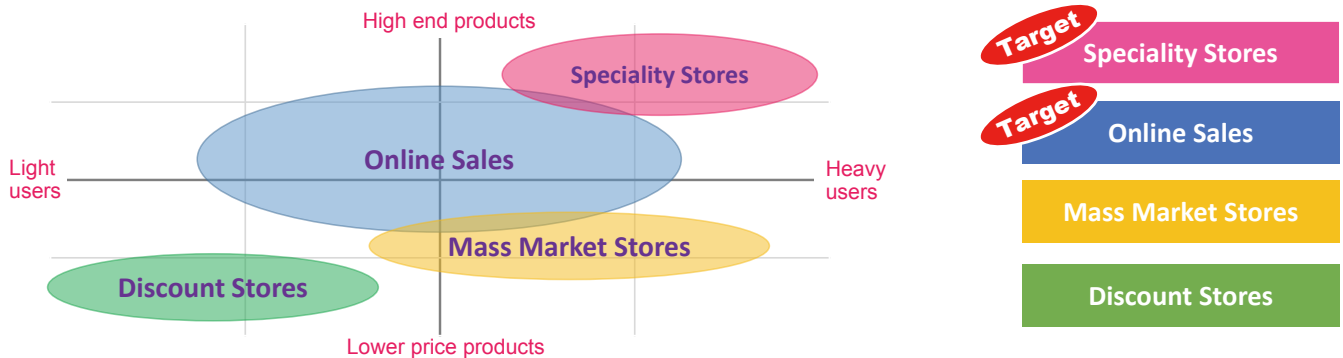
② **Marktposition**

→ Zeigt die Firmenposition auf dem japanischen Markt entsprechend des japanischen Standardsystems.



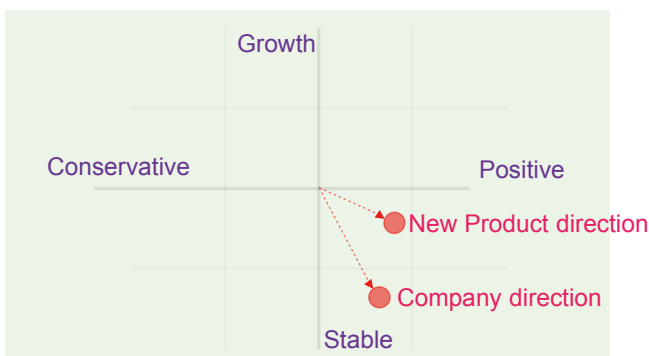
③ **Marktsegmentierung**

→ In Japan gibt es vier verschiedene Unterteilungen wie Fachmärkte, Online-Märkte, Massenmärkte und Rabattmärkte. Dies zeigt, welche dieser Märkte die betreffende Firma versorgt und in welchen dieser vier Marktarten sie stärker vertreten sind.



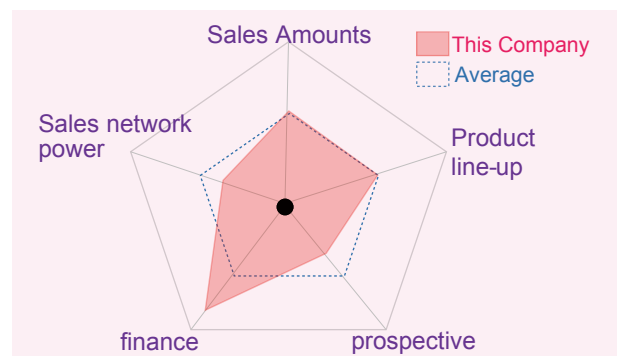
④ **Firmenkonzepte**

→ Die Grafik zeigt, wie die Firma sich selbst in ihren Konzepten darstellt sowie deren neue Produkte.



⑤ **Vergleiche mit anderen Firmen in der gleichen Kategorie.**

→ Die Grafik zeigt, wie die Firma im Vergleich zu anderen Firmen in der gleichen Kategorie dasteht.



⑥ **SWOT-Analyse**

→ Zeigt vier Aspekte von Firmen wie Stärken, Schwächen, Gelegenheiten und Gefahren.

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> Financial circumstances are very good 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> Keine Verkaufsnetzwerk mit Verbindung zu Massenmärkten
<p>Gelegenheiten</p> <ul style="list-style-type: none"> Geschäftsbeziehungen können langfristig fortgesetzt werden 	<p>Gefahren</p> <ul style="list-style-type: none"> Unzureichendes Vertriebssystem für große Umsätze