

Bachelor-Thesis Wirtschaftsingenieur | Innovation

Markteinführungsstrategie der Curaprox Babyflasche - Stefan Gajic

Purpose

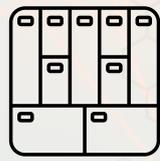
Die Bedeutung der Mundgesundheit von Kleinkindern gewinnt in der heutigen Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Forschungen zeigen, dass präventive Massnahmen im frühen Kindesalter entscheidend zur Vermeidung von Kieferfehlstellungen im späteren Leben beitragen können. In diesem Zusammenhang stellt die Einführung der **Curaprox Babyflasche** durch die Curaden AG eine innovative Lösung dar, die darauf abzielt, von Beginn an eine gesunde Mundhygiene zu fördern.

Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist es, eine fundierte **Markteinführungsstrategie für die Curaprox Babyflasche zu entwickeln**. Diese Strategie basiert auf einer umfassenden Wettbewerbsanalyse, welche wichtige Konkurrenten im schweizer Markt untersucht.

Angewandte Kompetenzen



Case based Research



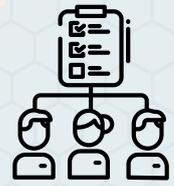
Business Model Canvas



Konkurrenzanalyse



SWOT - Analyse



Quantitative Umfrage

Das Vorgehen der Bachelorarbeit teilt sich in eine externe- und interne Analyse auf. In der externen Analyse wird die Konkurrenz analysiert während in der internen Analyse Curaden im Fokus steht. Die Ergebnisse dieser Analysen fliessen in eine SWOT-Analyse ein, wo die Stärken und Schwächen evaluiert werden. Aus diesen Ergebnissen wird dann eine Strategie für das Unternehmen erstellt, wobei eine Umfrage diese Strategie validieren soll.

Resultat

Das Resultat dieser Arbeit ist die Erstellung von Massnahmen und einer Strategie, mit welchen das Unternehmen die Babyflasche erfolgreich auf den Markt bringen kann. Die Handlungsempfehlung soll Curaden für weiteren Forschungsbedarf helfen.

