

SDK - Software Development Kit

Falls Sie Software-Entwickler sind und Ihre Software von den Vorzügen des SpaceControllers profitieren lassen wollen, können Sie dazu unser eigenes API (Application Programming Interface) verwenden, **das mit dem Treiber mitgeliefert wird.**

Es besteht derzeit aus einer Windows-DLL und einer Header-Datei für C++ bzw. einer Jar-Datei für Java™.

Mit Hilfe der API-Funktionen können Sie leicht die aktuelle Kappenauslenkung aus dem Gerät auslesen und dann in Ihrer Applikation weiterverarbeiten.

Als Entwicklungsumgebungen werden bei uns Netbeans™ (Sun Microsystems®) mit MinGW und Visual Studio 2008™ (Microsoft®) erfolgreich eingesetzt. Eine **ausführliche Dokumentation** des API finden Sie im **Handbuch**, welches bei der Treiberinstallation mitgeliefert wird

<http://www.spacecontroller.de/3d-maus-handbuch-anleitung-benutzerhandbuch.html>

Wettbewerbslandschaft

Geben Sie einen Überblick über die Produktmitbewerber.

Mitbewerber

-
-
-

Stärken der Mitbewerber

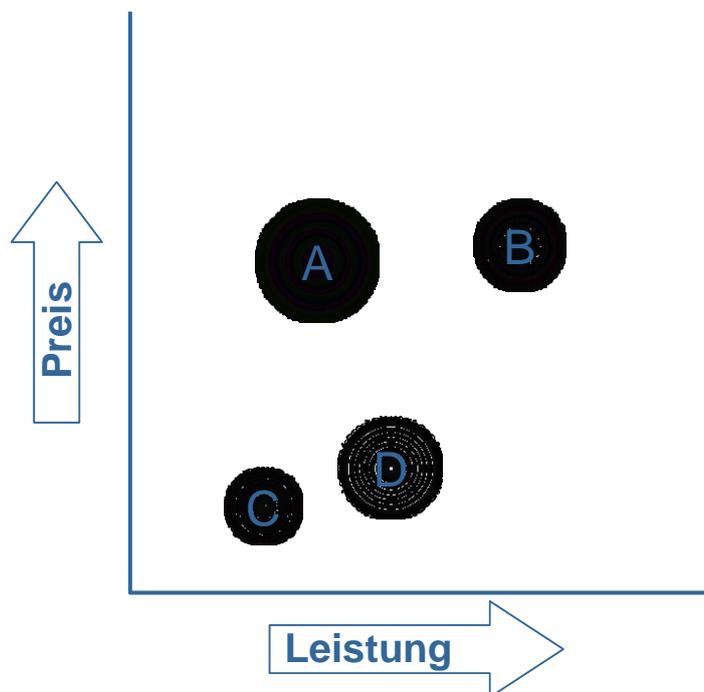
-
-
-

Schwächen der Mitbewerber

-
-
-

Produktvergleich

Positionieren Sie die einzelnen Konkurrenzprodukte im Vergleich zu dem neuen Produkt.



Positionierung

Positionierung des Produkts/der Dienstleistung

Definieren Sie das Produkt eindeutig im entsprechenden Markt und im Vergleich zum Wettbewerb über einen längeren Zeitraum.

Kundenversprechen

Fassen Sie den Nutzen des Produkts bzw. der Dienstleistung für den Verbraucher zusammen.

Kommunikationsstrategien

Zielgruppenorientierte Botschaft

Listen Sie die Marketingbotschaften für verschiedene Zielgruppen auf.

Demografie der Zielverbraucher

Listen Sie die demografischen Daten für die jeweiligen Zielgruppen auf.

Einführungsstrategien

Einführungsplan

Besprechen Sie den Einführungsplan, wenn das Produkt angekündigt wird.

Werbudget

Stellen Sie zusätzliches Material mit detaillierten Budgetinformationen zur Überprüfung bereit.

Zeitplan für die Werbung



Strategie für PR-Maßnahmen und deren Ausführung

Besprechen Sie:

- PR-Strategien.
- Schwerpunkte des PR-Planes.
- Zusätzlicher PR-Plan, einschließlich Redaktionskalendern, Vortragsverpflichtungen, Konferenzzeitplänen usw.

Strategie für Werbemaßnahmen und deren Ausführung

Geben Sie einen:

- Überblick über die Strategie.
- Überblick über Medien und Zeitrahmen.
- Überblick über die Werbeaufwendungen.

Sonstige Werbemaßnahmen

Direktmarketing

Geben Sie einen:

- Überblick über Strategie, Mittel und Zeitrahmen.
- Überblick über erwartete Reaktionen, Ziele und Budget.

Marketing durch Drittanbieter

Beschreiben Sie gemeinsame Marketingabkommen mit anderen Unternehmen.

Marketingprogramme

Beschreiben Sie andere Werbeprogramme.

Verpackung und Ausführung

Produktverpackung

Besprechen Sie:

- Abmessungen, Preisgestaltung, Erscheinungsbild und Strategie.
- Ausführungsaspekte für Artikel, die nicht direkt mit dem Produkt geliefert werden.

Herstellungskosten

Fassen Sie die Herstellungskosten sowie die wichtigen Produktbestandteile zusammen.

Preisgestaltung und Richtlinien

Preisgestaltung

Fassen Sie die spezifische Preisgestaltung oder Preisgestaltungsstrategien zusammen, und vergleichen Sie sie mit ähnlichen Produkten.

Richtlinien

Fassen Sie die Richtlinien im Zusammenhang mit dem Verständnis der wichtigsten Preisgestaltungsaspekte zusammen.

Vertrieb

Vertriebsstrategie

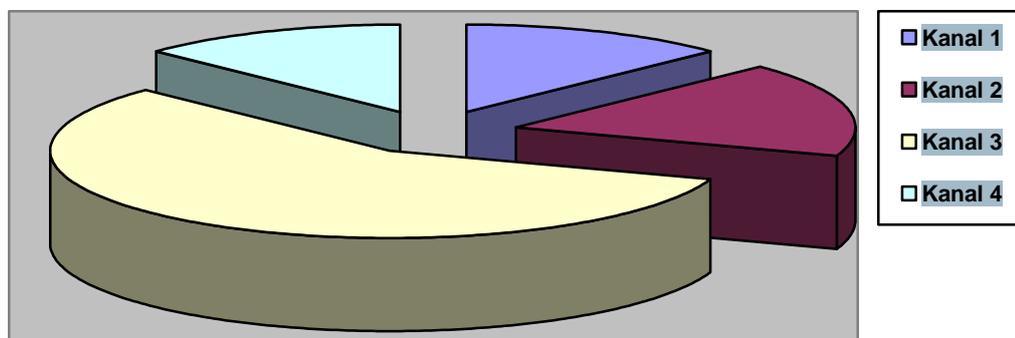
Fassen Sie die Strategie für den Vertrieb zusammen.

Vertriebskanäle

Fassen Sie die Vertriebskanäle zusammen.

Vertriebsanteil pro Kanal

Veranschaulichen Sie, welchen Prozentsatz die einzelnen Vertriebskanäle ausmachen. Ein Kreisdiagramm ist für diesen Zweck möglicherweise hilfreich.



Vertikale Märkte/Segmente

Diskutieren Sie die Chancen auf vertikalen Märkten:

- Diskutieren Sie die Chancen in spezifischen Marktsegmenten.
- Gehen Sie auf Vertriebsstrategien für diese Märkte bzw. Segmente ein.
- Gehen Sie auf die Rolle von externen Partnern beim Vertrieb in vertikalen Märkten ein.

International

Internationaler Vertrieb

Diskutieren Sie:

- Vertriebsstrategien.
- Spezifische Aspekte des internationalen Vertriebs.

Internationale Preisstrategie

Erläutern Sie die Strategie für das Marketing in anderen Ländern.

Lokalisierungsaspekte

Heben Sie die Anforderungen für lokale Produktvarianten hervor.

Erfolgsmessgrößen

Listen Sie Folgendes auf:

- Ziele im ersten Jahr.
- Ziele in den folgenden Jahren.
- Voraussetzungen für den Erfolg.
- Anhaltspunkte für Erfolg/Misserfolg.

Zeitplan

Schwerpunkte eines Zeitplans von 18 Monaten

Nennen Sie die Schwerpunkte für die ersten 18 Monate.

Zeitraahmen

Nennen Sie die zeitlichen Abhängigkeiten, die für den Erfolg von entscheidender Bedeutung sind.

Marketingzeitplan

