

Checkliste Marketingplan

1. VORBEREITUNGEN

Versuchen Sie die einzelnen Punkte durcharbeiten. **Kein Problem**, wenn Sie nicht alles bearbeiten können. Das können die wenigsten.

Versuchen Sie die **Kundenbrille** anzuziehen. Wie tickt dieser? Welche Fragen würde er Ihnen zu Ihrem Unternehmen und dem Produkt stellen?

Ein Schuss **Realismus** einfließen lassen. Gibt es genug Kapazität und Budget für die Umsetzung?

Haben Sie bereits eine **Website**? Wie lautet die URL?

2. PRODUKTINFORMATION

Welche **Zeitperiode** wird angesetzt?

Kurze **Produktbeschreibung** – was wird verkauft? Welche Varianten gibt es?

Welches ist der **Nutzen** für den Kunden? Versuchen Sie, das Besondere zu benennen, das Sie von anderen unterscheidet.

Wer sind Ihre 3-5 größten **Wettbewerber**?

Welcher **Preis** wird für das Produkt/Dienstleistung angesetzt? Passt der Preis?

Welche **Absatzerwartung** liegt für die Zeitperiode vor?

3. ZIELGRUPPE

B2B- oder **B2C-**Geschäft?

Wer ist Ihre **Kernzielgruppe**? Was wissen Sie über sie? Haben Sie Zahlen/Auswertungen vorliegen?

Wo erreichen Sie Ihre Kernzielgruppe?

Wer sind Ihre weiteren **Kundensegmente**?

Welches Problem lösen Sie mit Ihrem Angebot für Ihre Zielgruppe? Welches ist das Kernmotiv für deren Kauf?

4. ZIELE

Welche **drei** Ziele möchten Sie mit Ihren Marketingmaßnahmen erreichen? Setzen Sie Prioritäten. (Z. B. Bekanntheit erhöhen, Image verbessern, Absatz steigern)

5. STRATEGIE

Mit welcher Strategie möchten Sie diese Ziele **erreichen**? (Z. B. Auffindbarkeit online erhöhen, durch lokale Marketingideen, über Messeauftritte)

6. MASSNAHMEN

Mit welchen Maßnahmen möchten Sie Ihre Ziele erreichen und Ihre Strategie umsetzen? Hier können Sie jetzt kreativ werden. Achten Sie darauf, dass Sie jede Maßnahme dahingehend **prüfen**, ob sie wirklich auf Ihr Ziel einzahlt. (Z. B. Pressemitteilung, um mein Unternehmen in den relevanten Medien bekannt zu machen, Website mit Spezialangebot, um neue Kunden zu überzeugen)

Versuchen Sie sich an einer (ersten) **Budgeteinschätzung** für die ausgewählte Maßnahme für den gewählten Zeitraum.

7. VERTRIEBSWEGE

Welche Vertriebswege wählen Sie? Welche **Vorteile** bieten diese? Brauchen Sie hierfür Budget?