

# Checkliste

## Strategische Marketingkonzeption

erledigt?

### PHASE 1: Basisarbeit

Basis jeder Marketingplanung stellt immer die **allgemeine Unternehmensplanung** dar. An dieser richten sich alle Bereiche des Unternehmens gleichermaßen aus.

- Vision / Mission
- Unternehmensziele
- Übergeordnete Bereichsziele

### PHASE 2: Analyse

Der Unternehmensplanung folgt die **Situationsanalyse**. Diese umfasst zum einen die Betrachtung der Unternehmensumwelt und des Marktgeschehens. Zum anderen Ihre interne Situation: generell die des Unternehmens sowie den Status Quo in der Marketingabteilung.

- Marketingaudit
- SWOT-Analyse
- Wettbewerbsanalyse
- Kundenanalyse
- Markt- und Umfeldanalyse

### PHASE 3: Planung

Als nächstes steigen Sie in die Planung ein und beginnen mit der **Zieldefinition**. Setzen Sie die Marketingziele so konkret wie möglich und beziehen Sie unbedingt Analyseergebnisse und allgemeine Unternehmensziele ein.

- Management-Unterstützung
- Setzen von Prämissen
- Definition Marketingziele

Wenn die Ziele feststehen, muss überlegt werden, wie diese erreicht werden sollen. Diese Grundsatzentscheidungen formulieren Sie in Ihrer **Marketingstrategie**.

- Marketingstrategien
- Ergebnis-Prognose

Sie gehen nun in die konkrete **operative Maßnahmenplanung** über. Legen Sie fest, mit welchen Aktionen in welchen Medien Sie ihre gesetzten Ziele erreichen wollen. Planen Sie darauf aufbauend das Budget.

- Planung des Marketing-Mix
- Ressourcenplanung
- Budgetplanung

### PHASE 4 Durchführung

Dann legen Sie los und setzen die geplanten **Maßnahmen** konsequent analog der freigegebenen Planung um.

- Koordination der Aktivitäten
- Durchführung der Aktionen

### PHASE 5 Kontrolle

Vergessen Sie nicht, die Maßnahmen auf Zielerreichung zu **überprüfen** und justieren Sie gegebenenfalls. Lassen Sie Ihre Erkenntnisse immer in Folgeplanungen einfließen!

- Ergebniskontrolle/ Messung
- Initiierung Verbesserungsprozess