

Checkliste

Planung des Marketingbudgets

Marketing ist eine Investition und dient einzig und allein dazu einen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten. Die Ermittlung dieses Investitionsbudgets sollte einem strukturierten Schema folgen, damit das Marketing auch tatsächlich zur Zielerreichung beitragen kann.

Die nachfolgende Checkliste hilft Ihnen bei der zielgerichteten Planung des Marketing-Budgets.

erledigt?

SCHRITT 1: Zielsetzung

Sie setzen auf Basis der allgemeinen Unternehmenszielstellung und der Ergebnisse der internen sowie externen IST-Analyse Ihre **Marketingziele**.

- Situationsanalyse (intern & extern)
- Unternehmensziele
- Marketingziele ableiten

SCHRITT 2: Maßnahmenplanung

Sie legen **geeignete Maßnahmen** zur Erreichung dieser gesetzten Marketingziele fest und fassen sie in einer Jahresplanung zusammen. Ihr Maßnahmenprogramm bedient sich des gesamten Marketing-Mix.

- Maßnahmenplanung
- Terminplanung
- Ressourcenplanung
- Setzen von Prämissen

SCHRITT 3: Budget-Kalkulation

Sie **kalkulieren das Budget** für Ihre geplanten Aktionen. Das kann auf Basis konkreter Recherchen, Schätzungen oder Erfahrungswerte passieren. Vergessen Sie nicht auch beispielsweise Reisekosten einzuplanen.

- Kostenrecherche
- Budgetaufstellung
- Top-Management-Unterstützung
- Check mit Unternehmensplanung

SCHRITT 4: Kontrolle und Anpassung

Sie **überprüfen Ihr Budget** und die Zielerreichung, um eventuelle Anpassungen und Optimierungen in Folgeplanungen vornehmen zu können.

- Marketing-Audit
- Vergleich Plan vs. Ist
- Berücksichtigung in Folgeplanung

Hinweis: Insbesondere im Mittelstand steht oft nur ein eingeschränktes Marketingbudget zur Verfügung. Dieses Marketingbudget sollte folglich so effizient wie möglich genutzt werden. Aus diesem Grunde ist es ratsam die Budgetkalkulation unbedingt den Zielen folgen zu lassen. Schließlich stellen die Maßnahmen einen Beitrag zur Zielerreichung und somit eine Investition in den Unternehmenserfolg dar.