

Checkliste mit Erklärung zum aktuellen Zustand deines Marketingprozesses für mehr Umsatz

Der Ablauf zu deiner Sofort-Erfolgs-Anleitung :-)

A. Planung

- 1. Das Marketingziel und dessen Vermarktungsziel
- 2. Ressourcen, Unternehmen, Markt und Angebot
 - Deine Ressourcen
 - Dein Unternehmen
 - Der Markt
 - Die Zielgruppe > Erstelle eine Zielgruppenbeschreibung
 - Die Bedarfsgruppen
 - Deine Angebotskommunikation und deine Positionierung

B. Der Kommunikations- und Vermarktungsprozess

- 1. Inhalte planen (erstellen) - Kommunikationsprozess
- 2. Inhalte verbreiten - Vermarktungsprozess

C. Optimierungsphase

- 1. Der Controlling-Prozess
- 2. Kennwerte
- 3. Inhalte optimieren
- 4. Regelmäßige Auswertungen und Empfehlungs-Prozess

Erklärungen zur Checkliste

A. Planung

Sei bei den Antworten der Fragen in dieser Checkliste nicht zu perfektionistisch, vieles ergibt sich bei der Erstellung der Vermarktungsstrategie!!!!

Wenn Du die nachfolgenden Fragen überhaupt nicht beantworten kannst, kennst Du deine Wissenslücken. Du kannst jetzt recherchieren oder gemeinsam mit uns die Fragen klären.

1. Das Marketing- und dessen Vermarktungsziel

- Marketingziele beschreiben
- Vermarktungsziel beschreiben

2. Ressourcen, Unternehmen, Markt und Angebot

Deine Ressourcen

Wie viel Ressourcen wie Zeit, Wissen und Marketingbudget stehen dir zur Verfügung?

Dein Unternehmen

- Deine Vision, Mission, Werte und Hauptthemen.
- Deine Positionierung für das Branding (Marktpositionierung).

Der Markt

Beschreibe dein(e) Markt(nische) und segmentiere ihn.

Welche Kräfte beeinflussen deinen Markt/Unternehmen?

- Verhandlungsmacht der Lieferanten, Verhandlungsmacht der Kunden/Abnehmer
- Bedrohung durch neue Wettbewerber (direkte und indirekte)
- Wettbewerbsintensität in der Branche
- Bedrohung durch Ersatzprodukte (Substitution)

Wettbewerbsposition - Marktanteil und Rentabilität (Porter Kurve)

In welchem Bereich auf der Porter Kurve ist deine Marke/Unternehmen und wo möchtest du hin?

Die Zielgruppe: Erstelle eine Zielgruppenbeschreibung, je spezifischer desto besser.

Deine Bedarfsgruppen: Erstelle eine Zielgruppenbeschreibung, je spezifischer desto besser.

Nimm eine Segmentierung deiner Zielgruppe nach Bedarf/Bedürfnis vor

- Welche Ereignisse verursachen Probleme (Bedarf) bei deiner Zielgruppe? > Auflisten
- Der Bedarf deiner Kunden > Auflisten
- Deine Lösung. > Beschreibe "wie" du den Bedarf befriedigst / das Problem löst)
- Dein Angebot, welches deine Lösungen beinhaltet. > Beschreibe dein Angebot

Deine Angebotskommunikation und deine Positionierung

Beschreibe in kurzen Sätze dein Angebot und die Positionierung des Unternehmens dazu.

B. Der Kommunikations- und Vermarktungsprozess

Beschreibe den Kommunikations- und Vermarktungsprozess.

1. Inhalte planen (erstellen) - Kommunikationsprozess

Beschreibe den Planungs- und Entstehungsprozess deiner Inhalte?

2. Inhalte verbreiten - Vermarktungsprozess

Wie verbreitest du deine Inhalte?

C. Optimierungsphase

Wie ist dein Controlling, Optimierungs- und Auswertungsprozess angelegt?

1. Dein Controlling-Prozess

Beschreibe den Prozess.

2. Deine Hypothesen und Kennwerte

Liste die Hypothesen und Werte auf.

3. Inhalte optimieren

Welche wendest du an, beschreibe den Prozess?

4. Vermarktungssysteme schaffen und automatisieren

Welche wendest du an, beschreibe den Prozess?

5. Regelmäßige Auswertungen und Empfehlungs-Prozess anlegen

Welche wendest du an, beschreibe den Prozess?