

Erstellen eines Marketing-Konzepts

① Umfeldanalyse (Rahmenbed.)

→ technolog. Bed.

→ rechtl. Bed.

+ polit.

→ gesamtwirtschaftl. Bed.

→ Branchenentwicklung

→ Stärken + Schwächen (SWOT)

→ Wettbewerbsintensität

② Marketingkonzept

a) Wo wollen wir hin?

→ Marketingziele setzen

b) Wie gelangen wir dorthin?

→ Marketingstrategie

c) Was brauchen wir dazu?

→ Marketinginstrumente (Marketing-Mix)

SMART (specific, measurable, accepted, realistic, timely)