

Strategie

Der Aufbau eines strategischen Marketingkonzepts

Relevante Punkte	Bemerkungen
Marketingsituationsanalyse	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition des Marktes und Analyse der Marktstruktur ▪ Analyse der Teilmärkte und Marktsegmente (Produkteverwenderanalyse) ▪ Analyse der Umweltfaktoren und der externen/internen Beeinflusser ▪ Struktur und Bedürfnisse des Zwischenhandels ▪ Konkurrenzanalyse ▪ Analyse des eigenen Unternehmens und Auflistung eigener unternehmensinterner Vorgaben und Rahmenbedingungen ▪ Schlussfolgerungen im Sinne von Chancen und Gefahren 	
Marketingstrategie	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Markt- und Marktsegmentsstrategie <p>Pro Marketingstrategiebereich:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einsatzrichtung des Marketing-Mix und strategische Marketingziele ▪ Marktbearbeitungsstrategie ▪ Massnahmenswerpunkte des Marketing-Mix ▪ Anpassungen der Marketinginfrastruktur ▪ Marketingrobbudget inkl. Wirtschaftlichkeitsrechnung ▪ Operative Marketingplanung 	

Quelle:

Autor:
 Datum:

Marketing-Checklisten-Manager, Prof. Dr. Richard Kühn
 Juni 2003