

## Marketingkonzept

# Grundlagen Marketingkonzeption

Ein Konzept ist ein Leitfaden oder Plan zur Umsetzung eines Projekts oder eines Vorhabens oder zur Erreichung von Zielen. Damit Sie diese auch erreichen, haben wir für Sie die Grundlagen der Marketingkonzeption zusammengefasst.

Relevante Punkte	Bemerkungen
<b>1. Standardaufbau eines Konzepts</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ausgangslage, IST-Situation</li> <li>▪ Zielsetzungen</li> <li>▪ Strategie</li> <li>▪ Massnahmen</li> <li>▪ Organisation</li> <li>▪ Budget</li> <li>▪ Erfolgskontrollen</li> </ul>	
<b>2. Definition von Strategie</b>	
<p>Eine Strategie ist ein langfristig geplantes Vorgehen. Innerhalb von Konzepten wird unter der Strategie das Festsetzen von Leitlinien/Leitplanken oder das grundsätzliche/generelle Vorgehen verstanden.</p>	
<b>3. Definition von Zielen</b>	
<p>Ziele sind ein gewünschter SOLL-Zustand. Korrekt gesetzte Ziele enthalten immer den IST-Zustand, die Formulierung des Zieles, den SOLL-Zustand sowie Termine zur Erreichung des SOLL-Zustandes und wie die Zielerreichung gemessen werden soll. Korrekt gesetzte Ziele sind immer messbar!</p>	
<b>4. Definition Teilmarkt</b>	
<p>Ein Untermarkt eines Gesamtmarktes nach produktespezifischen Merkmalen, z.B. Biermarkt als Untermarkt des Getränkemarktes</p>	
<b>5. Definition Marktsegment:</b>	
<p>Eine Gruppe von Produkteverwendern (in der Regel Endverbraucher) mit ähnlichen oder gleichen Merkmalen (Kaufverhalten etc.)</p>	

6. Planungshorizonte für die Marketingkonzeption	
<p><b>1. Strategische Planung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mittel- bis langfristig</li> <li>▪ Leitbild ohne zeitliche Beschränkung</li> <li>▪ Unternehmensstrategie: 5 Jahre</li> <li>▪ Teilstrategie Marketing etc.: 3-5 Jahre</li> </ul> <p><b>2. Operative Planung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kurz-bis mittelfristig</li> <li>▪ Operative Marketingplanung: 1-3 Jahre, in der Praxis oft Jahrespläne</li> </ul> <p><b>3. Taktische Planung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sofortmassnahmen</li> <li>▪ Tages-, Wochen- oder Monatsplanung</li> </ul>	

**Quelle:**

Autor:  
Datum:  
URL:

Herr Stefan Schmidlin  
STS Marketing  
[www.stsmarketing.ch](http://www.stsmarketing.ch)

Diese Checkliste stammt von der Marketing-Manager-CD. Sie beinhaltet über 550 Praxis-Checklisten aus 18 verschiedenen Themengebieten.



Name:  
Preis:  
Bestellen:

Marketing – Checklisten – Manager  
CHF 145.00  
<http://www.marketing.ch/shop/default.asp?mode=22&kat=18&detail=141>