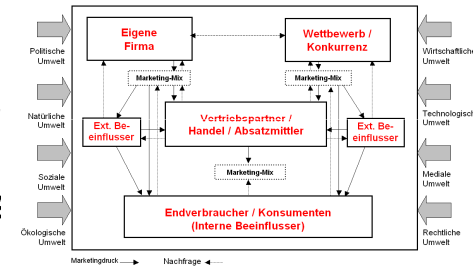


Marketingkonzept in 6 Schritten - I

1. Analyse der Ausgangslage

- Vorgehen aus der Unternehmensstrategie, Vision, Leitbild, Unternehmensziele, und Budgetvorgaben
- Interne Faktoren aus dem eigenen Unternehmen
- Externe Faktoren aus dem Umfeld des Unternehmen (Mitbewerber, Absatzmittler, Wiederverkäufer, Beeinflusser, Käufer, Markttrends und Umwelteinflüsse)
- Zusammengefasst in der SWOT-Analyse



2. Marketing-Ziele

- vor-ökonomische (qualitative) Ziele
- ökonomische (quantitative) Marketingziele



Marketingkonzept in 6 Schritten - II

