

## Checkliste für Marketingkonzept

---

Mit der nachfolgenden Checkliste können Sie überprüfen, ob Sie für die Erstellung eines strategischen Marketingkonzeptes die entsprechenden Informationen besitzen.

Falls Sie Fragen oder Bemerkungen haben, so kontaktieren Sie uns unter folgender Adresse:

**ABA MANAGEMENT AG**  
Hofacherstrasse 6  
CH-5417 Untersiggenthal

info@aba-management.ch

### Marktsystem:

| Punkte                           | Informationen und Anhaltspunkte   | vielen unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|----------------------------------|---|------------------|-------------------|---------------|
| <b>Konkurrenz</b>                | Wer ist Ihre Konkurrenz?<br>Wer sind die 3 stärksten Konkurrenten?  |                  |                   |               |
| <b>Zwischenhandel</b>            | Wer sind Grosshändler?<br>Wer sind Detailhändler?<br>Welche sind die wichtigsten Vertriebskanäle?                               |                  |                   |               |
| <b>Kunden</b>                    | Wer sind die Kunden?<br>Wie sind die Kunden in Segmente zusammenfassbar?<br>Wer sind die internen Beeinflusser der Entscheider? |                  |                   |               |
| <b>Externe Beeinflusser</b>      | Wer sind die externen Beeinflusser?<br>Auf welche Art und Weise beeinflussen sie die Käufer/Händler?                            |                  |                   |               |
| <b>Zusammenspiel</b>             | Wie sind die Abläufe zwischen den Marktteilnehmer?<br>Wer arbeitet mit wem zusammen?  |                  |                   |               |
| <b>Umweltfaktor: Politisch</b>   | Welche politischen Kräfte und Gesetze wirken in das System?   |                  |                   |               |
| <b>Umweltfaktor: Wirtschaft</b>  | Wie ist der wirtschaftliche Einfluss?<br>Wie sind konjunkturelle Einflüsse?   |                  |                   |               |
| <b>Umweltfaktor: Soziale</b>     | Welche Faktoren und Einstellungen der Bevölkerung haben Einfluss?   |                  |                   |               |
| <b>Umweltfaktor: Technologie</b> | Welche technischen Errungenschaften und Normen haben Einfluss?  |                  |                   |               |

## Checkliste für Marketingkonzept

### Situationsanalyse:

| Punkte                               | Informationen und Anhaltspunkte  | vielles unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|--------------------------------------|--|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>Eigenes Unternehmen</b>           | Wo sind Ihr Stärken/Schwächen bezüglich Produkten/DL, Innovation, Preise, Vermarktung, Distribution, Organisation, Abläufe/Prozesse, Ressourcen (Finanzen, Mitarbeiter), Marketing, Verkauf, Beziehungen, Management, etc.?                  |                   |                   |               |
| <b>Konkurrenz</b>                    | Wo sind die Stärken/Schwächen Ihrer Konkurrenz bezüglich Produkten/DL, Innovation, Preise, Vermarktung, Distribution, Organisation, Abläufe/Prozesse, Ressourcen (Finanzen, Mitarbeiter), Marketing, Verkauf, Beziehungen, Management, etc.? |                   |                   |               |
| <b>Zwischenhandel</b>                | Wie sind die Konditionen?<br>Wo sind Chancen und Gefahren im Zwischenhandel?<br>Wie wird verkauft und wie ist der Einfluss bei direktem und indirektem Verkauf?  |                   |                   |               |
| <b>Kunden / interne Beeinflusser</b> | Wo liegen die Bedürfnisse Ihrer Kunden bezüglich Produkten und Dienstleistungen?<br>Wer entscheidet über den Kauf und wer beeinflusst den Kauf?  |                   |                   |               |
| <b>Externe Beeinflusser</b>          | Wie sind die Verhaltensweisen der externen Beeinflusser?   |                   |                   |               |
| <b>Umweltfaktoren</b>                | Wo sind Chancen und wo Gefahren bezüglich den Umweltfaktoren?<br>Welche Verbände spielen eine wichtige Rollen?   |                   |                   |               |
| <b>Marktanalyse</b>                  | Wie ist das Wachstum im Markt?<br>Wie sind die Marktanteile?<br>Wie gross ist das Marktpotential?<br>Wie hoch ist das Marktvolumen?  |                   |                   |               |

## Checkliste für Marketingkonzept

---

| Punkte                 | Informationen und Anhaltspunkte   | vielen unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|------------------------|---|------------------|-------------------|---------------|
| <b>Branchenanalyse</b> | <p>Wie sind die Preise und Konditionen in der Branche?</p> <p>Wie ist das Verhalten der Branche?</p> <p>Wie ist die Qualität der angebotenen Leistungen?</p> <p>Wie ist das Zusammenspiel der Unternehmen und Beteiligungen?</p> <p>Wo sind Einstiegsbarrieren und wo die Ausstiegsschwierigkeit?</p> |                  |                   |               |
| <b>Fazit (SWOT)</b>    | <p>Wo sind Ihre Stärken und wo die Schwächen gegenüber der Konkurrenz?</p> <p>Wo bieten sich Chancen und wo liegen die Gefahren?</p> <p>Können Sie Stärken den Chancen gegenüberstellen.</p> <p>Wo liegt Ihre strategische Ausgangsposition?</p>  |                  |                   |               |

### Marketing-Ziele:

| Punkte                    | Informationen und Anhaltspunkte   | vielen unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|---------------------------|---|------------------|-------------------|---------------|
| <b>Generell</b>           | <p>Sind Ihre Ziele schriftlich festgehalten und vereinbart?</p> <p>Sind Ihre Ziele mess- und/oder überprüfbar?</p> <p>Sind Ihre Ziele mittel- bis langfristig definiert?</p> <p>Sind die Ziele kommuniziert und somit bekannt im Unternehmen?</p> <p>Sind die Ziele aus den Unternehmenszielen und der strategischen Ausgangsposition abgeleitet?</p> |                  |                   |               |
| <b>Qualitative Ziele</b>  | <p>Welche Ziele bezüglich Bekanntheit, Verhalten, Wissen und Einstellung haben Sie?</p>   |                  |                   |               |
| <b>Quantitative Ziele</b> | <p>Haben Sie Ziele bezüglich Umsatz, Anzahl Kunden, Stückzahlen, Märkte, etc. definiert?</p>  |                  |                   |               |

## Checkliste für Marketingkonzept

### Marketing-Strategie:

| Punkte                               | Informationen und Anhaltspunkte   | vielen unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|--------------------------------------|---|------------------|-------------------|---------------|
| <b>Kernstrategie</b>                 | Haben Sie festgelegt wie Sie bestehende und neue Märkte bearbeiten wollen?  |                  |                   |               |
| <b>Markt-/Marktsegment-Strategie</b> | Haben Sie festgelegt mit welchen Produkten/Dienstleistungen sie welche Kundensegmente bearbeiten wollen?<br>Sind Prioritäten festgelegt?  |                  |                   |               |
| <b>Konkurrenzstrategie</b>           | Haben Sie sich festgelegt, wie Sie sich gegenüber der Konkurrenz strategisch verhalten wollen?<br>Ist dies Preisaggressiv, Innovativ oder wie alle anderen (mee too)?   |                  |                   |               |
| <b>Generell Strategie</b>            | Ist Ihre Strategie kommuniziert, abgesegnet und somit bekannt in Ihrem Unternehmen?<br>Sind die strategischen Ansätze mit den Zielen vereinbart?<br>Wurde die Unternehmensstrategie in der Festlegung berücksichtigt? |                  |                   |               |

### Marketing-Massnahmen:

| Punkte          | Informationen und Anhaltspunkte  | vielen unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|-----------------|--|------------------|-------------------|---------------|
| <b>Produkte</b> | Haben Sie marktgerechte Produkte und Dienstleistungen schriftlich formuliert und kommuniziert?<br>Welche Produktpolitik verfolgen Sie?<br>Ist Ihnen das Produkteportfolio und der Stand der Produkte im Produktlebenszyklus bekannt?<br>Verfolgen Sie eine Markenpolitik und wenn ja welche? |                  |                   |               |
| <b>Preise</b>   | Haben Sie Preislisten, Rabatte, Konditionen, etc. schriftlich formuliert?<br>Ist die Transparenz vorhanden?  |                  |                   |               |

## Checkliste für Marketingkonzept

| Punkte                     | Informationen und Anhaltspunkte  | vielles unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|----------------------------|--|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>Promotion</b>           | Sind Verkaufskonzepte existent?<br>Existiert ein Werbekonzept?<br>Ist die Public Relation geregelt?<br>Welche Arten von Verkaufsförderungen betreiben Sie?<br>Wie sieht die Pull-Push-Relation in Ihrem Unternehmen aus? |                   |                   |               |
| <b>Distribution</b>        | Sind die Abläufe der Lieferung der Ware klar und optimiert?<br>Wie werden die Produkte zum Kunden gebracht?<br>Ist Ihre Distribution ökologisch und ökonomisch optimiert?<br>Wie sind die Lieferzeiten?                  |                   |                   |               |
| <b>Generell Massnahmen</b> | Sind die einzelnen Massnahmen mit der Strategie abgeglichen?<br>Sind die Schwerpunkte bei den Massnahmen bekannt?  |                   |                   |               |

### Marketing-Controlling:

| Punkte                      | Informationen und Anhaltspunkte  | vielles unbekannt | Ansätze vorhanden | alles bekannt |
|-----------------------------|--|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>Instrumente</b>          | Sind Ihnen die Instrumente zur Überwachung und Steuerung der Marketingaktivitäten bekannt? |                   |                   |               |
| <b>Zeit</b>                 | Sind Ihnen die zeitlichen Faktoren zur Überwachung und Steuerung bekannt?                  |                   |                   |               |
| <b>Verantwortlichkeiten</b> | Sind Verantwortlichkeiten für das Controlling stufengerecht bestimmt und delegiert?        |                   |                   |               |
| <b>Claims</b>               | Sind Massnahmen bekannt, wenn Abweichungen zu den gesetzten Zielen erfolgen?               |                   |                   |               |