



Marketing und Werbung

<p>Marketingplan (Planung Ihrer Absatz- und Umsatzziele nach Zielgruppen sowie notwendige Aufwendungen für Ihren Marktauftritt, z. B. Werbung, Absatzförderung)</p>	
<p>Differenzierung von Mitbewerbern (Wie wollen Sie sich von der Konkurrenz abheben? Ihr Alleinstellungsmerkmal, d. h. schlagendes Verkaufsargument oder spezielle Eigenschaft, die größeren Kundennutzen verschafft, z. B. durch</p> <ul style="list-style-type: none">— Ihr Produkt / Sortiment oder— Ihre Dienst- bzw. Serviceleistung oder— Ihre Qualität oder— Ihre Kundennähe oder— Ihre Schnelligkeit / Flexibilität)	
<p>Preis- / Produktpolitik (Erstellung eines Preis- und Produktkonzepts sowie laufende Überprüfung und situationsabhängige Anpassung an das Marktumfeld)</p>	
<p>Vertriebskonzept / Absatzkanäle (klare Definition von Vertriebswegen und -partnern, von regionalen Schwerpunkten, Online-Portal etc.)</p>	
<p>Werbekonzept klare Definition der Werbeziele nach Zielgruppen und Produkten, Herausstellung der Werbebotschaft, Reichweite [lokal, überregional], Festlegung des Werbeetats, adäquate Auswahl der Kommunikationsinstrumente)</p>	
<p>Kommunikationsinstrumente</p> <ul style="list-style-type: none">— PR-Maßnahmen: Öffentlichkeitsarbeit etc.— Messen / Veranstaltungen— Anzeigen (Mediaplan)— Internet (z. B. eigene Website, E-Mails)— Verkaufsförderung (z. B. Promotions etc.)— Literatur (z. B. Broschüren)	