**Marketingkonzept**

Für Projekt/Produkt…….

**Inhaltsverzeichnis**

1 Executive Summary………………………………………………………………………………..3

**2** **Firmenbeschreibung 4**

2.1 Ausgangslage 4

2.2. Stärken………………………………………………………………………………………………4

2.3. Schwächen………………………………………………………………………………………….4

2.4. Kernkompetenzen………………………………………………………………………………….4

2.5. Herausforderungen………………………………………………………………………………...4

2.6. Ziele des Konzeptes 4

**3** **Analyse 5**

3.1 Interne Analyse 5

3.2 Externe Analyse 5

**4** **Strategie 6**

4.1 Marketingziele ..6

4.2. Qualitative Marketingziele………………………………………………………………………....6

4.3. Quantitative Marketingziele

4.4. Marketingstrategien 6

**5** **Marketing-Mix 7**

5.1 Product 7

5.2 Price 7

5.3 Place 7

5.4 Promotion 7

**6** **Implementierung 8**

6.1 Marketingbudget 8

6.2 Umsetzung 8

**7** **Marketing-Controlling 9**

**8 Anhang**……………………………………………………………………………………………...10

**1 Executive Summary**

Erstellen Sie hier eine Übersicht über die wichtigsten Punkte des Marketingkonzepts

* Beschreibung Ihres Produktes bzw. Ihrer Dienstleistung
* Beschreibung des Zielmarktes
* Der Bedarf für Ihr Produkt bzw. für Ihre Dienstleistung

**2 Firmenbeschreibung**

2.1 Ausgangslage

2.2. Stärken

2.3. Schwächen

2.4. Kernkompetenzen

2.5. Herausforderungen

2.6. Ziele des Konzeptes

**3 Marktanalyse**

3.1 Interne Analyse

3.2 Externe Analyse

**4 Strategie**

4.1 Marketingziele

4.2. Qualitative Marketingziele

 z.B. Image, Bekanntheit, Kundenzufriedenheit-und Bindung

4.3. Quantitative Marketingziele

 Z.B. Umsatz, Absatz, Preis, Marktanteil

4.4. Marketingstrategien

Konkrete Vorgehensweise, welche Märkte sollen bearbeitet werden, welche Leistungen sollen dem Kunden angeboten werden, Verhalten gegenüber Mitbewerbern

**5 Marketing-Mix**

5.1 Product

5.2 Price

5.3 Place

5.4 Promotion

**6 Implementierung**

6.1 Marketingbudget

Bestimmen Sie hier das voraussichtliche Budget, das insgesamt für alle Marketingaktivitäten anfällt

6.2 Umsetzung

**7 Marketing-Controlling**

**8 Anhang**