



Das Marketingkonzept

Das Angebot bestimmen

- Trends
- Marktanalyse
- Branchenkenntnisse und Produktentwicklung
- Konkretisierung des Angebotes
- Was ist das Besondere?
- Was ist der Nutzen für den Käufer, die Kundin?

Zielgruppen

- Zielgruppenanalyse
- Zuschneiden des Produktes oder der Dienstleistung auf die ausgewählte Zielgruppe

Konkurrenz und Kooperation

- Konkurrenzanalyse
- Kooperationsmöglichkeiten
- Anpassen des Angebotes in Relation und Abgrenzung zu den Angeboten der MitbewerberInnen

Standortwahl

- Geschäftslage
- Verkehrslage
- Büro, Ladenlokal bzw. Betriebsstätte
- Vor- und Nachteile der Privatadresse als Standort
- Konkurrenzsituation und Kooperationsmöglichkeiten
- Veränderungen am Standort

Marketingstrategie

- Marketingziele festlegen
- Geeignete Marketinginstrumente auswählen
- Budget festlegen
- Erfolgskontrolle der Marketingmaßnahmen