

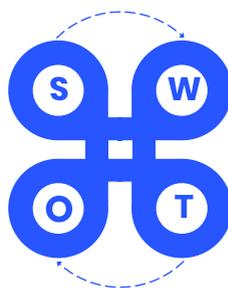
1.

Status quo Analyse (Ist-Zustand)

Aktuelle Marktsituation

Eigene Ressourcen

Rechtliche Rahmenbedingungen



SWOT-Analyse

2.

Marketing-Ziele

SMART-Methode bei der Formulierung von Zielen

Spezifisch | Messbar | Attraktiv | Realistisch | Terminiert

3.

Marketing-Strategie

Informationen zu den anvisierten Märkten, der Leistung, die Kunden angeboten werden sollen, sowie der Konkurrenz und deren Marketingaktivitäten.

4.

Marketing-Instrumente

4P-Modell:

Produktpolitik = Product

Distributionspolitik = Place

Preispolitik (Konditionen) = Price

Kommunikationspolitik = Promotion



Personalpolitik = Personal

Prozesspolitik = Process

Ausstattungs politik = Physical Facilities

= **7P-Modell**

5.

Marketing-Mix

6.

Realisierung

7.

Evaluation

MARKETING

CONTROLLING